

အောင်မြင်ရေး သေနံဗျူဟာ

သင့်လုပ်ငန်းက လိုအပ်နေတဲ့ ခေါင်းဆောင်ဖြစ်ရေး
ကောင်းသား-မြန်မာပြန်



THE STRATEGIST
Cynthia A. Montgomery



သင်က သေနင်္ဂဗျူဟာသမားတစ်ယောက်လား

စာရေးသူက မြင့်မားစွာပါဝင်တာဝန်ထမ်းဆောင်နေကြတဲ့ ကမ္ဘာတစ်ဝန်းလုံးက
အထက်တန်းအမှုဆောင်တွေနဲ့ လုပ်ငန်းပိုင်ရှင်တွေကိုမေးတဲ့ ပထမဆုံးမေးခွန်း
ကတော့ အထက်ပါမေးခွန်းပါပဲ။

စာရေးသူရဲ့အမြင်က သေနင်္ဂဗျူဟာနဲ့ ခေါင်းဆောင်မှုပညာတို့ဟာ
ခေတ်သစ်လုပ်ငန်းကမ္ဘာကြီးထဲမှာ တောက်လျှောက် နီးနီးစပ်စပ် အောင်မြင်စွာ
ဆက်သွယ်လုပ်ကိုင်နေရမယ့် ကိစ္စများသာ ဖြစ်ပါတယ်။

သူမရဲ့ စရာမအတွေ့အကြုံတွေရဲ့ ဖော်ပြချက်အရ ဒါတွေကို အောင်မြင်အောင်
ဘယ်လိုလုပ်ရမယ်ဆိုတာနဲ့

သေနင်္ဂဗျူဟာသမားတစ်ယောက်အနေနဲ့ မဟုတ်ရင်
ကိုယ့်ကုမ္ပဏီတွေကို အောင်မြင်စွာ ခေါင်းဆောင်သွားနိုင်မယ် မဟုတ်ကြောင်းကို
ဒီစာအုပ်ဖတ်ပြီးသွားချိန်မှာ ကောင်းစွာနားလည်သွားရလိမ့်မယ် ဆိုတာပါပဲ။

သင့်လုပ်ငန်းမှာ လိုအပ်တဲ့ ခေါင်းဆောင်ဖြစ်လာဖို့ သင် လိုသမျှအားလုံး
ဝေမျှပေးနိုင်မယ့် ကမ္ဘာကျော်သင်တန်းတွေရဲ့ နောက်ကွယ်က စာအုပ်ကို
ပထမဆုံးအကြိမ်အဖြစ် သင် ဖတ်ရှုနိုင်ပါပြီ။




KGT0064
1,800.00 KS

mg yoe . com

အောင်မြင်ရေးသေနဂ်ဗျူဟာ၊ ကောင်းသာ

စာမျက်နှာ ၁၃၆ + မျက်နှာ၊ ၁၆ စင်တီ x ၁၈ .၅ စင်တီ

ထုတ်ဝေသူ - ဦးစန်းဦး၊ စိတ်ကူးချိုချိုစာပေ(၀၀၅၃၈)၊ ၈၅၊ ၁၆၄လမ်း၊ တာမွေ၊ ရန်ကင်း

ပုံနှိပ်သူ - ဒေါ်ဝင်းမာ၊ စိတ်ကူးချိုချိုပုံနှိပ်တိုက်(၀၀၄၁၂)၊ ၁၁၇၉၊ မစိုးရိမ်လမ်း၊ ရန်ကင်း

၂၀၁၈၊ ဇွန်လ၊ ပထမအကြိမ်၊ အုပ်ရေ ၅၀၀၊

ရောင်းစား ၁ ၈ ၀ ၀ ကျပ်

email: skccph@gmail.com ; P.O.Box: 705
www.facebook.com/SKCCmyanmarbook
www.skccmyanmarbook.com

mg yoe . com

စိတ်ကူးချိုချိုစာအုပ်



အောင်မြင်ရေးသေ့နဂ်ဗျူဟာ

THE STRATEGIST

Cynthia, A.Montgomery

ကောင်းသာ

မြန်မာပြန်

မေမေအကြံ၊ ၂၀၁၈

mgyc.com

mgyc.com

“အဆုံးသတ်မှာ ကျွန်ုပ်တို့ လက်ရှိဖြစ်လိုတဲ့
အတိုင်းပဲ ဆက်ကျန်နေရင်တော့ ကျွန်ုပ်တို့
လိုအပ်တာတွေ ဖြစ်မလာနိုင်တာ
သတိရကြဖို့က အရေးကြီးလှပါတယ်။”

“မတ်ဒီပရီး”

“ဟာမန်းဗေလာ”ရဲ့ CEO,

“ခေါင်းဆောင်မှုက အနုပညာပါ” ကျမ်းထဲမှ

[သင့်လုပ်ငန်းက လိုအပ်နေတဲ့ ခေါင်းဆောင်ဖြစ်ရေး]

THE STRATEGIST

Cynthia, A. Montgomery.

(ဟားဗတ်စီးပွားရေးကျောင်းသုတေသနညွှန်ကြားရေးမှူး)

မာတိကာ

- နိဒါန်း	က
အခန်း(၁) သေနင်္ဂဗျူဟာနဲ့ ခေါင်းဆောင်မှုပညာ	၁
အခန်း(၂) သင်က သေနင်္ဂဗျူဟာသမားတစ်ယောက်လား	၇
အခန်း(၃) စူပါမန်နေဂျာဖြစ်ရေးရဲ့ ဒဏ္ဍာရီ	၁၅
အခန်း(၄) ရည်စူးချက်နဲ့ စတင်ပါ	၃၀
အခန်း(၅) ရည်စူးချက်ကို ဒိဋ္ဌတရားအဖြစ်သို့ လှည့်ပြောင်းရေး	၄၉
အခန်း(၆) သင့်ရဲ့ ကိုယ်ပိုင်သေနင်္ဂဗျူဟာ	၇၀

အန်း(၇)

တုန်ခါနေအောင် ထိန်းထားပါ

၉၂

အန်း(၈)

မရှိမဖြစ်သေနင်္ဂီဗျူဟာသမား

၁၁၁

- မူရင်းစာရေးသူ၏ မှတ်စု

၁၂၇

- ခဏခဏမေးနေရမယ့် မေးခွန်းများ

၁၂၉



နိဒါန်း

ရုံးချိန်နာရီများအတွင်းမှာ ကျွန်မလေ့လာခဲ့သမျှ

သေနင်္ဂီဗျူဟာနဲ့ပတ်သက်လို့ ပြန်ပြင်ဆင်ရေး ရှုထောင့်မျိုး သင်ရတော့မယ်။ သင်လေ့လာခဲ့တာတွေက မမှန်ကန်လို့ မဟုတ်ပါ။ မပြည့်စုံသေးတာပဲ ဖြစ်ပါတယ်။

သေနင်္ဂီဗျူဟာဆိုတာ ကမ္ဘာပေါ်က စီးပွားရေးကျောင်းတိုင်း အားလုံးနီးပါးမှာ အခြေခံသင်တန်းတစ်ခုအဖြစ် သင်ကြားပို့ချနေ ကြတာ ဖြစ်တယ်။ ကျွန်မကိုယ်တိုင်နှစ် ၃၀ကျော်အောင် ဒါနဲ့ ပတ်သက်လို့ အမျိုးမျိုး သင်ယူလေ့လာခဲ့တဲ့အနက် ပထမ “မစ်ချီဂန်” တက္ကသိုလ်၊ နောက် “ကယ်လော့ဂ်” ကျောင်း၊ နောက်ဆုံး အနှစ် ၂၀ ကျော်မှာ “ဟား ဗတ်” စီးပွားရေးကျောင်းမှာ လေ့လာခဲ့တာတွေ ပါဝင်ပါတယ်။

၅ နှစ်ကြာလေ့လာခဲ့ရတဲ့ ဟားဗတ်ရဲ့ Entrepreneur Owner နဲ့ President တို့ရဲ့ ပရိုဂရမ် (EOP) [စီးပွားရေးသမားပိုင်ရှင်နဲ့ ဥက္ကဋ္ဌတို့ရဲ့အစီအစဉ်] မှာ သီးသန့်တက်ခဲ့တာက ဒီစာအုပ်ရေးရတဲ့

အကြောင်းရင်းတွေပဲ ဖြစ်ပါတယ်။ နိုင်ငံရဲ့ စက်ရုံတိုင်းလိုလိုက ခေါင်းဆောင်တွေနဲ့ ရင်းနှီးခင်မင်စွာ တက်ရောက်လုပ်ရပြီးတဲ့နောက်မှာ သူတို့ဟာ ကျွန်မ သင်ကြားခဲ့ရသမျှ သေနင်္ဂဗျူဟာအကြောင်းတွေက သူတို့ကိုယ်ပိုင် လက်တွေ့ကမ္ဘာရဲ့ သေနင်္ဂဗျူဟာပြဿနာတွေ ပြောင်းလဲရေးနဲ့ ရင်ဆိုင်ရရုံမက ဒါနဲ့ပတ်သက်လို့ ကျွန်မဘယ်လိုစဉ်းစားကြောင်းတွေကိုပါ အခြေခံကျကျ နားလည်သွားကြပါတယ်။ ဒီအတွေ့အကြုံက ကျွန်မကို သေနင်္ဂဗျူဟာ အခြေခံယူဆချက် တချို့ကို စိန်ခေါ်လာစေတယ်။ နောက်ဆုံးတော့ ဘေးပတ်ဝန်းကျင်မှာ ပေါ်လာတဲ့ စိတ်ဓာတ်ရေးအစုနဲ့ ယဉ်ကျေးမှုနှစ်မျိုးစလုံးကို မေးခွန်းထုတ်လာစေတော့တယ်။

ယုံကြည်မိလိုက်တာအားလုံးက ပြောင်းပစ်ရမယ့်အချိန်တော့ ကျပြီဆိုတာပဲ။ သေနင်္ဂဗျူဟာကို ခြားနားတဲ့နည်းလမ်းနဲ့ ချဉ်းကပ်ရမယ့်အချိန် လုပ်ငန်းစဉ်ကို ယန္တရားဆန်ဆန် ခွဲခြမ်းစိတ်ဖြာတဲ့ လုပ်ရပ်ဆီကနေ ပိုပြီးနက်ရှိုင်း၊ ပိုအဓိပ္ပာယ်ပါပြီး၊ ခေါင်းဆောင်တစ်ယောက်အတွက် ဆုရလဒ်ရှိရမယ့် တစ်စုံတစ်ခုဆီ အသွင်ပြောင်းလဲရေးလုပ်ဖို့ အချိန်တွေကို ရောက်လာတာပါပဲ။

ဒီနေရာသို့လမ်း

လွန်ခဲ့တဲ့ နှစ် ၅၀ လောက်က စီးပွားရေးကျောင်းအများစုမှာ သေနင်္ဂဗျူဟာကို အထွေထွေစီမံခန့်ခွဲရေးရဲ့ တစ်စိတ်တစ်ပိုင်းအဖြစ် သင်ကြားကြလေ့ရှိပါတယ်။ ဥက္ကဋ္ဌတွေက အရေးကြီးဆုံးတာဝန်တွေ ယူရတဲ့ ပုဂ္ဂိုလ်တွေအဖြစ် ခွဲခြားသတ်မှတ်ခဲ့ကြတယ်။ ဒီရှင်သန်အကွရာ ကျတဲ့အခန်းကဏ္ဍက ပုံသေနည်းတွက်ထုတ်ရေးရော အကောင်အထည်ဖော်ရေး နှစ်ခုစလုံးပါဝင်တဲ့ဖက်နေပြီး စဉ်းစားတွေးတောခြင်းနဲ့ လက်တွေ့လုပ်ခြင်းတို့ ပေါင်းစပ်ထားတယ်။

မန်နေဂျာတွေက သူတို့ရဲ့ ပိုင်ဆိုင်မှုအနေအထားကို ဆွဲဆောင်မှု ကောင်းအောင် "SWOT" ပုံစံမော်ဒယ်ကို ယူတယ်။ Strengths ဆိုတဲ့ အင်အား၊ Weaknesses ဆိုတဲ့ အားနည်းချက်တွေ၊ Opportunities ဆိုတဲ့ အခွင့်အလမ်းတွေနဲ့ Threats ဆိုတဲ့ ခြိမ်းခြောက်ချက် တွေဆိုတဲ့ ၄ ချက် ပါဝင်တဲ့ မော်ဒယ်ပါပဲ။

၁၉၈၀ ခုတွေနဲ့ ၁၉၉၀ ခုတွေတုန်းက ကျွန်မရဲ့ အပေါင်းအသင်း လုပ်ဖော်တစ်ယောက်ဖြစ်တဲ့ "မိုက်ကယ်အီးပေါ်တာ" က ဒီနယ်ပယ်မှာ အရေးပါတဲ့ ရေခဲမြေခဲအသစ်ကို လုပ်လိုက်တာကတော့ "အခွင့်အလမ်း" နဲ့ "ခြိမ်းခြောက်ချက်" နှစ်ရပ်ကို ခွဲခြမ်းစိတ်ဖြာ အတည်ပြုလိုက်ပြီး များစွာလိုအပ်နေတဲ့ စီးပွားရေးသဘောတရားတွေ ယူလာရင်း၊ ပြိုင်ဆိုင်မှု ပတ်ဝန်းကျင်တွေ ခိုင်မာအောင်လုပ်ရေးအတွက် ခေတ်မီဆန်းပြားတဲ့ နည်းတွေသုံးတယ်။

အဲဒီအချိန် ကျွန်မရဲ့ ကိုယ်ပိုင်အကယ်ဒမီသင်တန်းနဲ့ သုတေသန တွေက ပညာတတ်ပတ်ဝန်းကျင်ကို ရောင်ပြန်ဟပ်နေပြီး၊ နှစ်များစွာ စာသင်ခန်းထဲလုပ်ခဲ့သမျှက ဒီသေနင်္ဂီဗျူဟာနယ် "အသစ်" ကို ရှင်သန် ပွားများစေပါတယ်။ ပြဿနာတွေ တက်လာတာက ခေါင်းဆောင်တွေ ရဲ့ ဖျန်ဖြေသူနဲ့ သေနင်္ဂီဗျူဟာစောင့်ကြပ်သူ အခန်းကဏ္ဍတွေက ကျဉ်း မြောင်းမြုပ်ကွယ်လာတာပါပဲ။ ပြီးခဲ့တဲ့ နှစ် ၃၀ အတွင်း ရေးသားခဲ့တဲ့ စာအုပ်တွေမှာ သေနင်္ဂီဗျူဟာနဲ့ ပတ်သက်တာ ဘာမှမပါခဲ့ဘူး။ ကျွန်မတို့ က သေနင်္ဂီဗျူဟာကို ကျဉ်းမြောင်းတဲ့ ထောင့်ထဲပို့ခဲ့တယ်။ ဦးနှောက်ရဲ့ ဘယ်ဘက်လှေကျင့်ခန်းထဲမှာ လျှော့ချခဲ့တယ်။ ဒါကြောင့် ယင်းရဲ့ ရှင်သန်မှုတွေ များစွာပျောက်ဆုံးရပြီး ကုမ္ပဏီရဲ့ တစ်နေ့တာချင်း ဆက် စပ်မှုများစွာမှာ အားထုတ်မှုတွေ၊ ဦးဆောင်သွားရမယ့်အမြင်တွေ ပျောက် ဆုံးသွားရတယ်။

EOP အစီအစဉ်သင်ကြားရတော့မှ ဒီပျောက်ဆုံးသွားတဲ့ အမြင်တွေ ကျွန်မပြန်ရတော့တယ်။

ပထမအုပ်စုထဲ စလုပ်ကိုင်လာတဲ့အခါ ဘယ်အမှုဆောင် ပရိုဂရမ်မှာဖြစ်ဖြစ် သုံးလို့ရတဲ့ သင်ရိုးညွှန်းတမ်းမျိုးကို ကျွန်မ သုံးတယ်။ စာသင်တန်း ဆွေးနွေးချက်အတွဲတွေ တင်ပြချက်တွေတစ်လျှောက် သေနင်္ဂဗျူဟာ စည်းမျဉ်းတွေလည်း ဆွေးနွေးခဲ့ရာမှာ ယင်းရဲ့ အယူအဆ၊ တင်းအားငြင်းခုံချက်တွေကို ရှင်သန်စွာ လေ့လာနိုင်ခဲ့ကြတယ်။ ကျွန်မတို့လုပ်သမျှရဲ့ တန်ဖိုးရှိလှတဲ့ အပိုင်းပါပဲ။

အဲဒီသင်တန်းတွေမှာ အမှုဆောင်တွေ စီးပွားရေးသမားတွေ ပါဝင်တဲ့ EOP ကျောင်းသားတွေက သူတို့ကုမ္ပဏီမှာ ရင်ဆိုင်နေကြရတဲ့ အခြေအနေအမျိုးမျိုးအကြောင်း ပြောကြတယ်။ အဲဒီ ပြောဆိုချက်တွေ အလှည့်အပြောင်း အမျိုးမျိုးဖြစ်ခဲ့ပြီး၊ သမားရိုးကျ မေးခွန်းထုတ်မှုတွေက ခွဲခြမ်းစိတ်ဖြာမှု အကန့်အသတ်တွေ ရောက်လာတဲ့အခါ မရှင်းလင်းတော့ဘူး။

မန်နေဂျာတွေနဲ့ ၃ နှစ်လောက် အတူတူလုပ်ကိုင်ရင်း ကြားခဲ့ရတဲ့ ပုံပြင်ထဲက ပုံပြင်တွေအနဲ့၊ သေနင်္ဂဗျူဟာနဲ့ပတ်သက်တာ ခိုင်ခိုင်မာမာ မစဉ်းစားနိုင်ခဲ့ကြဘူး။ ဖြေရှင်းရမယ့် ပြဿနာတစ်ခုအဖြစ် သေနင်္ဂဗျူဟာဆိုတာ ကုမ္ပဏီတစ်ခုရဲ့ ပြိုင်ဆိုင်မှုအနေအထားနဲ့ ထူးခြားမှုမှာ ကိန်းဝပ်နေတဲ့ ဖန်တီးမှု တန်ဖိုးစနစ်ပဲလို့၊ တစ်စုံတစ်ရာ ဖွင့်လှစ်ထားပေမဲ့ ပိတ်ထားတာမရှိတဲ့အချက်ပဲ ဖြစ်ပါတယ်။ ဒါက ရွှေ့လျားလည်ပတ်ပြောင်းလဲနေတဲ့ စနစ်တစ်ခုပါပဲ။

သေနင်္ဂဗျူဟာသမားဆိုတာ လူသားခေါင်းဆောင်တစ်ဦးပါပဲ။ ဒီအမှုဆောင်တွေဟာ အရာကိစ္စတွေ အမှန်အကန်ဖြစ်ဖို့ရာ ဘယ်လောက် တာဝန်ရှိကြသလဲဆိုတာ ကျွန်မမြင်တယ်။ ဒီရွေးချယ်မှုထဲမှာ သူတို့

ဘယ်လောက်ထိ ရင်းနှီးမြုပ်နှံထားတယ်ဆိုတာလည်း ကျွန်မ နားလည်
တယ်။ ဒီအားထုတ်အောင်မြင်မှုတွေရဖို့ သူတို့ရဲ့ စွမ်းအင်တွေနဲ့
ဇောက်ချမှုတွေ လုပ်ခဲ့တာ ကျွန်မမြင်တယ်။

နားလည်မှုအသစ်တစ်ရပ်

ကျွန်မတို့ရဲ့ ဘဝတွေအားလုံးထဲမှာ ကျွန်မတို့ကို အသွင်ပြောင်း
လဲခဲ့တဲ့ လေ့လာမှုအချိန်တွေ ရှိခဲ့တယ်။ ဒါက ရင်းနှီးကျမ်းဝင်မှုက
ဝေးကွာစေခဲ့တယ်။ လမ်းသစ်တွေ မြင်နိုင်အောင်လည်း လုပ်ပေးတယ်။
ကျွန်မအတွက်တော့ EOP အတွေ့အကြုံက ဒီကာလတွေထဲက တစ်ခုပါ
ပဲ။ ဒါက သေနင်္ဂဗျူဟာနဲ့ပတ်သက်တဲ့ ကျွန်မရဲ့ ဗဟိုအကျဆုံး ရှုမြင်
သုံးသပ်ချက်တွေ တချို့ကို ပြောင်းလဲသွားစေရုံမက သေနင်္ဂဗျူဟာနဲ့
ပတ်သက်တဲ့ ဘက်စုံအမြင်အသစ် တစ်ခုလည်းပေးတယ်။

ဒီစာမျက်နှာတွေမှာ သင်နားလည်မှု အသစ်တွေရမယ်လို့ ကျွန်မ
မျှော်လင့်တယ်။ “သေနင်္ဂဗျူဟာသမား” ကျမ်းက လုပ်ရပ်ကို တက်လှမ်း
ဖို့ ဆင့်ခေါ်လိုက်တာပါ။ ဆယ်စုနှစ်များစွာ လျစ်လျူရှုထားခဲ့တဲ့ သေနင်္ဂ
ဗျူဟာလုပ်ငန်းစဉ်ရဲ့ မရှိမဖြစ်တဲ့အပိုင်းဖြစ်တယ်။ သင်ကခေါင်းဆောင်
ပါ။ ကျွန်မရဲ့ အဆုံးသတ်ပန်းတိုင်က “သေနင်္ဂဗျူဟာ သင်ကြားရေး”
သာမကပဲ သင့်ကို သေနင်္ဂဗျူဟာသမားအဖြစ် နှိုးဆွလို့ ကိရိယာတွေ
တပ်ဆင်ပေးဖို့ပါပဲ။ သင့်အဖွဲ့အစည်းရဲ့ အနာဂတ်ကို ထင်ထင်ရှားရှား
ပဲ့ကိုင်သွားရမယ့် ခေါင်းဆောင်ဖြစ်လာရေးပါပဲ။



mgyc.com

mgyc.com

အခန်း (၁) သေနင်္ဂဗျူဟာနဲ့ ခေါင်းဆောင်မှုပညာ

ပြဇာတ်ရုံစတိုင်(လ်) စာသင်ခန်းမှာ ကျင်းပတဲ့ “အော်ဒရစ် ၁၁၂” သင်တန်းကို လုပ်ဖော် ၅ ယောက်နဲ့အတူ၊ ကျွန်မ လာရောက်တက်ရာမှာ အခန်းထဲမှာ အမှုဆောင်တွေရဲ့ အသစ်ဆုံးအုပ်စုတွေ တဖွဲ့ဖွဲ့ ဝင်ရောက်လာတာကို မြင်နေရတယ်။ အမျိုးသမီးတွေထက် အမျိုးသားတွေ ပိုများပြီး အသက်အရွယ်တွေက ၃၀ က ၄၅ နှစ် ဝန်းကျင် ရှိကြတယ်။ အများစုရဲ့ လေယူလေသိမ်းက ကိုယ့်ကိုယ်ကိုယ် ယုံကြည်မှုအပြည့်ရှိတဲ့ပုံ ပေါ်လွင်နေပါတယ်။

ပိုင်ရှင်တွေ ပုဂ္ဂလိက ကုမ္ပဏီတွေက CEO၊ COO တွေ လာကြပြီး၊ သူတို့ကုမ္ပဏီတွေက အသေးစားနဲ့အလတ်စားလုပ်ငန်းတွေ ဖြစ်ကြပြီး၊ နှစ်စဉ်ဝင်ငွေဒေါ်လာ ၁၀ သန်းကနေ ဒေါ်လာ ၂ ဘီလျံ ဝင်ကြတယ်။ တက်ရောက်လာသူတွေထဲမှာ အမေရိကန်သံမဏိလောကရဲ့ တတိယ မျိုးဆက် “ရစ်ချတ်”၊ ခရိုအေးရှားက မိဒီယာလုပ်ငန်းကြီးရဲ့ CEO

“ဒရာဇင်”၊ တောင်အမေရိမှာ အကြီးဆုံးပုဂ္ဂိုလ်က ရှယ်ယာပိုင်ဆိုင်မှုအုပ်စု တွေရဲ့ တည်ထောင်သူခေါင်းဆောင် “အင်နာ” နဲ့ အိန္ဒိယက မိသားစု ကုမ္ပဏီ ပေါင်းချုပ်ပိုင်ရှင်ကြီး “ပရာဗင်း” တို့ ပါဝင်တယ်။ နိုင်ငံပေါင်း ၃၅ နိုင်ငံက လုပ်ငန်း ပါဝင်သူပေါင်း ၁၆၄ ဦးထက် တက်ရောက်လာပြီး သူတို့တွေရဲ့ အတွေ့အကြုံသက်တမ်း နှစ်ကာလတွေ စုစုပေါင်းလိုက်ရင် နှစ်ပေါင်း ၂၉၉၂ နှစ်ရှိပါတယ်။ သူတို့လုပ်ငန်းအားလုံးရဲ့ ၁/၃ ပုံ ဝန်ဆောင်မှု စက်ရုံတွေဖြစ်ပြီး ကျန်တာတွေက ထုတ်လုပ်မှုတွေပါပဲ။

သူတို့ ဒီရောက်လာရတာက အတွေ့အကြုံရင့် စီးပွားရေး ခေါင်းဆောင်တွေအတွက် ပြင်းပြတဲ့လေးနက်တဲ့ စီမံခန့်ခွဲရေး စခန်းသွင်း သင်တန်းမှာ ပါဝင်တက်ရောက်လေ့လာဖို့ ဖြစ်ပါတယ်။ ဒီသင်တန်းက ငွေကြေး၊ ဈေးကွက်ရေးရာ၊ စာရင်းကိုင်၊ စေ့စပ်ဆွေးနွေးရေး၊ သေနင်္ဂ ဗျူဟာတွေကို ၉ ပတ်ကြာ ဆွေးနွေးသွားပြီး ၃ ပတ်ကြာသင်တန်းတို့တွေ ပိုင်းထားတယ်။ ကြားမှာ သူတို့မူလ လုပ်ငန်းတွေဆီ ပြန်ပြီးဖလှယ် ရတယ်။ ဘာအလုပ်ဖြစ်တယ်၊ မဖြစ်ဘူးဆိုတာတွေနဲ့ အပြန်အလှန်ပြန် အကြံပေးဖို့ အခွင့်အလမ်းတွေ လည်းပါတယ်။

လသာဆောင်ပေါ်မှ ရှုမြင်ကွင်း

သူတို့ရောက်လာတာက ပိုထိရောက်တဲ့ ခေါင်းဆောင်ဖြစ်လာ ရေးနဲ့ သူတို့လုပ်ငန်းတွေ ပိုအောင်မြင်အောင် လုပ်နိုင်မယ့်နည်းတွေ ရှာတွေ့ရေးအတွက် လေ့လာဖို့ဖြစ်တယ်။ သူတို့ကိုယ်သူတို့ ဒီအစီအစဉ် ထဲ ပစ်သွင်းလိုက်တာက ဒီပတ်ဝန်းကျင်မှာ သူတို့ဘာလေ့လာနိုင်သလဲ ရှာတွေ့ဖို့နဲ့ စိန်ခေါ်ဖို့အတွက်ဖြစ်တယ်။

နောက်တော့ တစ်ခုလုံး အခင်းအကွက်တွေက ထင်ရှားလာပြီး ဘက်စုံအမြင်သစ်တွေ ထွက်ပေါ်လာတယ်။ အကကြမ်းခင်းပြင်ပေါ်

မှာသာ ချလုပ်ရမယ်ဆိုတဲ့ ပိုကောင်းတဲ့ ရွေးချယ်ချက်တွေအတွက် ဒီအခွင့်အရေးက ဖွင့်လှစ်ပေးတယ်။ EOP အစီအစဉ်သမားတွေ များစွာ အကကြမ်းခင်းက အမြဲတမ်း မထွက်ခွာဘဲ နှစ်များစွာ ကုန်လွန်ခဲ့တယ်။ လုပ်ငန်းလည်ပတ်ရေး တစ်နေ့တာချင်း စိန်ခေါ်ချက်တွေကို စုပ်ယူရင်း လသာဆောင်ပေါ် ဘယ်တော့မှ မရောက်ခဲ့ဘူး။ အဆင့်တစ်ဆင့်မှာ ကျွန်မတို့အလုပ်က သူတို့ကို ပထမမှာတင် လသာဆောင်ကို အရောက်သွားတဲ့ တန်ဖိုးကို နားလည်အောင် ကူညီဖို့ ဖြစ်ပါတယ်။ တခြားတစ်ဖက်မှာ ယခင်တစ်ခါမှ သူတို့ မစဉ်းစားဖူးတဲ့ ရွေးချယ်မှုတွေ ဖွင့်လှစ်ပေးမယ့် နည်းလမ်းတွေနဲ့ သူတို့အကကို မြင်နိုင်အောင် ကိရိယာတွေ တပ်ဆင်ပေးဖို့ပဲ ဖြစ်ပါတယ်။

သေနံဗျူဟာလမ်းကြောင်း

"Strategy" "သေနံဗျူဟာ" ဆိုတဲ့ ဝေါဟာရက ရှေးဟောင်းဂရိဘာသာစကားအရ "စစ်ဗိုလ်ချုပ်" လို့ အဓိပ္ပာယ်ရတာမို့ အထူးသဖြင့် စစ်မြေပြင်ဗိုလ်ချုပ်တွေလုပ်တဲ့ စည်းရုံးလှုပ်ရှားမှုပဲ ဖြစ်ပါတယ်။ စီးပွားရေးနယ်မှာတော့ "Startegy" ဆိုတဲ့ မဟာဗျူဟာက ကုမ္ပဏီတစ်ခုရဲ့ သူပိုင်ဆိုင်တဲ့ နယ်ပယ်ခွင် ဈေးကွက်နေရာမှာ စည်းရုံးလှုပ်ရှားမှုနဲ့ ဘယ်လိုလှုပ်ရှားတယ်။ ဘာကိုပြီးမြောက်ချင်တယ်ဆိုတာပါပဲ။

ကျွန်ုပ်တို့ ခရီးစဉ်ကို အခြေခံတွေနဲ့ စတင်ရမယ်။ သေနံဗျူဟာက ဒါတွေကို လက်ရာမြောက်ရေးနဲ့ ဘယ်လိုအကဲဖြတ်သွားရေးတွေပါပဲ။ ရေရှည်တောင့်ခံရေးပြိုင်ဆိုင်မှု အကျိုးအာနိသင်ဖြစ်တဲ့ သေနံဗျူဟာရဲ့ တကယ့်ထာဝရပန်းတိုင်ကိုတော့ လက်ရှိလေ့ကျင့်မှုတွေ လုပ်ထားခြင်းအားဖြင့် တွန်းယူသွားနိုင်ပါတယ်။

ဒါတွေအားလုံးက နောက်ဆုံးအတွက် နိဒါန်းသွယ်တာတွေဖြစ်

ပြီး စိန်ခေါ်နိုင်ဆုံး လုပ်ငန်းတာဝန်တွေက သူတို့ ဒီနေရာမှာ ရှင်ဆိုင်ရမှာ တွေ ဖြစ်တယ်။ သင်တန်းရဲ့ အဖွဲ့ဝင်တိုင်း ယူဆချက်တွေ၊ ဘောင်ကား ချပ်တွေ သုံးဖို့တောင်းဆိုခံရမှာဖြစ်ပြီး သူတို့ကိုယ်ပိုင်ကုမ္ပဏီတွေကို သူတို့ရဲ့ EOP တက်ဖော်တွေရဲ့ ဝေဖန်မှုဖြင့် သူတို့ကိုယ်ပိုင်သေနင်္ဂဗျူဟာ တွေ တင်ပြသွားရမယ်။ ဒီလေ့ကျင့်ခန်းတွေက ရက်များစွာကြာပြီး အဆုံး မှာ အချင်းချင်းဆန္ဒမဲပေးပြီး အောင်နိုင်သူကို ရွေးရမယ်။ အုပ်စုထဲက “အကောင်းဆုံးသေနင်္ဂဗျူဟာ” က ဘာလဲဆိုတာ သူတို့စဉ်းစားကြတာ ပါ။

သင့်သေနင်္ဂဗျူဟာရဲ့ အမှန်လက်တွေ့ ဒီဋ္ဌတရားကိုယူခြင်း

ခေါင်းဆောင်မှုများစွာက သူတို့ကိုယ်ပိုင်သေနင်္ဂဗျူဟာတွေနဲ့ ပတ်သက်လို့ အင်မတန်နက်ရှိုင်းတဲ့ နည်းလမ်းနဲ့ မစဉ်းစားကြဘူး။ မကြာခဏဆိုသလို သူတို့ရဲ့ သေနင်္ဂဗျူဟာအပေါ် ပညာတတ်ဆိုင်ရာ နားလည်မှုနဲ့ သူတို့ကိုယ်ပိုင်လုပ်ငန်းတွေကို နေအိမ်တွင်း ထိုးထွင်းသိမြင် မှုထဲ မောင်းနှင်နိုင်စွမ်းတို့ကြားမှာ လျှို့ဝှက်တဲ့ကွာဟချက်က ရှိနေတယ်။ သူတို့ကုမ္ပဏီကို ၁၀ နှစ်အတွင်းမှာ သူတို့ ဖြစ်စေချင်တာတွေ သိပ်သိပ် သည်းသည်း စဉ်းစားဖို့နဲ့ အဲဒီနေရာကိုရောက်ရေး အတွင်းအပြင် အင်အားတွေကို စဉ်းစားပေးရေး နှစ်မျိုးစလုံးအတွက် သူတို့အချိန်များများ မပေးကြဘူး။

နေ့စဉ်ဆုံးဖြတ်ချက်တွေကို ကုမ္ပဏီက ကြိုးစားနေတာတွေအပေါ် ဝေမျှတဲ့ အာရုံထားမှုတွေကို အခြေခံပြီး လုပ်သင့်လုပ်နိုင်ရလိမ့်မယ်။

EOP ရဲ့ လေ့ကျင့်ခန်းတွေကို ပါဝင်သူများရဲ့ တည်ရှိဆဲ သေနင်္ဂ ဗျူဟာတွေ တိုးတက်စေဖို့၊ ဆက်သွယ်ရေးယူဆချက်တွေ၊ ပိုအဆင့်မြင့် မြင့် ချမှတ်စေဖို့ ဒီဇိုင်းဆင်ထားတယ်။ အမှုဆောင်တွေကို သူတို့ကုမ္ပဏီ

က လိုနေတဲ့ ခေါင်းဆောင်မှုပညာတွေမှာ အဲဒီသေနဂ်ဗျူဟာတွေ အသည်းနှလုံးဖြစ်လာစေဖို့ရာ ရှင်းလင်းစွာ လုပ်ထားပါတယ်။ ဒါကြောင့် ပဲ “အကောင်းဆုံးသေနဂ်ဗျူဟာ” အတွက် ပြိုင်ဆိုင်မှုတွေက သိပ်ခက်ခဲ ပြီး စွမ်းအင်တွေများစွာ ခုတ်မောင်းနေရတာပဲ ဖြစ်ပါတယ်။

ခေါင်းဆောင်မှုနဲ့ သေနဂ်ဗျူဟာက ခွဲခြားလို့မရပါ .

ခေါင်းဆောင်မှုပညာနဲ့ သေနဂ်ဗျူဟာကြားမှာ ဆက်သွယ်ချက် တွေက ဆက်လက်ရင်းနှီးနေဆဲပဲဆိုတာကို ခေါင်းဆောင်တွေများစွာ ယနေ့ထိ နားမလည်နိုင်ကြသေးပါ။ ခေါင်းဆောင်တွေ လုပ်နိုင်ကြတဲ့ ဒီရှုထောင့်နှစ်ရပ်က ကျပ်ကျပ်တည်းတည်း ချိတ်ဆက်နေပြီး ကွဲပြားစွာ ကြီးထွားလာကြပါတယ်။ ဒီရှုထောင့်ထဲမှာ သေနဂ်ဗျူဟာက တစ်ကြိမ် ခွဲခြားသတ်မှတ်ပြီးတာနဲ့ နောက်တစ်ဆင့်မှာ အထူးပြု သီးသန့်ဖြစ်လာ ရင်း သေနဂ်ဗျူဟာရဲ့ လုပ်ငန်းလည်း ပြီးစီးသွားပါတယ်။

ဘာတွေ မေ့ကျန်ရစ်သလဲဆိုရင်တော့၊ သေနဂ်ဗျူဟာက ခရီးဆုံး မဟုတ်၊ ဖြေရှင်းချက်တစ်ခုမဟုတ်တဲ့ အချက်ပါပဲ။ ယင်းက ဖြေရှင်း ရမယ့် ပြဿနာတစ်ခုလည်းမဟုတ်၊ ခရီးစဉ်တစ်ခုလည်း မဟုတ်ပါ။ သူက ဆက်လက်သွားဖို့ လိုအပ်တယ်။ ပြတ်တောင်း ပြတ်တောင်း သဘောမဟုတ်ပါ။ စဉ်ဆက်မပြတ် ခေါင်းဆောင်နေမှု ဖြစ်ပါတယ်။ ယင်းမှာ သေနဂ်ဗျူဟာရှိဖို့လိုတယ်။

ဘယ်သေနဂ်ဗျူဟာမဆို ကုမ္ပဏီတစ်ခုအတွင်း ယနေ့နေရာချ ထားပြီဆိုရင် ခေါင်းဆောင်က ယင်းကို ပြီးမြောက်သွားတဲ့ ထုတ်ကုန်လို ရှုမြင်နေရင်တော့ နောက်ဆုံးမှာ ကျဆုံးသွားရမှာပါပဲ။

သေနဂ်ဗျူဟာသမားဆိုတာ ဆက်လက်သွားနေတဲ့ လုပ်ငန်းစဉ်ကို စောင့်ကြပ်နေရမယ့်သူဖြစ်တယ်။ သူဟာ တစ်ချိန်ပြီးတစ်ချိန် ဆုံးဖြတ်

ရွှေလျားလို့ ခွဲခြားချိန်တွယ်နိုင်ပြီး ရပ်စောင့်ကြပ်နေရမယ်။ သေနင်္ဂီဗျူဟာ သမားက အခြားသူတွေလိုက်ပါလာမယ့် တစ်စုံတစ်ရာ အခွင့်အလမ်း တွေကို တိမ်းညွှတ်ရမယ်။

ဒါပေမဲ့ အဆုံးမှာ ခိုင်မာတဲ့လမ်းကြောင်းကို ချဖို့နဲ့ဒီလမ်း ကြောင်းအတိုင်း အဆက်မပြတ်သွေးနေဖို့ တစ်နေ့တာချင်း ရွေးချယ်မှု တွေ လုပ်သွားဖို့ကတော့ သေနင်္ဂီဗျူဟာသမားရဲ့ တာဝန်တွေပဲ ဖြစ်ပါ တော့တယ်။

ဒါကြောင့် သေနင်္ဂီဗျူဟာနဲ့ ခေါင်းဆောင်မှုပညာတို့က အဖွဲ့ အစည်းတစ်ခုရဲ့ အမြင့်ဆုံးအဆင့်နဲ့ စုစည်းညီညွတ်နေရမယ်။ ခေါင်း ဆောင်တွေအားလုံးက ကိုယ်ပိုင်သေနင်္ဂီဗျူဟာကို သူတို့တာဝန်တွေ အဝဝရဲ့ အသည်းနှလုံးအဖြစ်ကို လက်သင့်ခံရလိမ့်မယ်။



အခန်း (၂)

သင်က သေနင်္ဂဗျူဟာသမားတစ်ယောက်လား

ဒီအခန်းမှာ သင့်ရဲ့ သေနင်္ဂဗျူဟာစဉ်းစားမှုကို စမ်းသပ်ရလိမ့်မယ်။ EOP သင်တန်းအစမှာ သင်တန်းသားတွေ ပြောခဲ့သလိုပေါ့။

ဆုံးဖြတ်ချက်ကောင်းလို့ အောင်မြင်မှုမြင့်မားခဲ့ရတဲ့ “မတ်စကို” ကော်ပိုရေးရှင်းရဲ့ CEO “ရစ်ချက်မင်နိုးဂျီယန်”ရဲ့အကြောင်း နှိုက်နှိုက်ချွတ်ချွတ်ကြည့်ရအောင်။

သင့်မှာ ပိုက်ဆံတွေပုံနေလို့ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းသစ်တွေမှာ ရင်းနှီးမြှုပ်နှံဖို့ ဆုံးဖြတ်ရတော့မယ်။ လောင်းကြေးကမြင့်လို့ ဆုံးဖြတ်ရမှာ မလွယ်လှဘူး။ သင်ရှေ့တိုးမယ်ဆိုရင် လမ်းကြောင်းလားရာ အသစ်တွေ တိုးတက်ဖို့ အခွင့်အလမ်းတွေက အနာဂတ်အကျိုးအမြတ် ဒေါ်လာသန်းပေါင်းရာနဲ့ချီပြီး စောင့်နေတယ်။ အဲ...သင်ဆိုးထွင်းစွန့်စားလို့ မှားသွားခဲ့ရင်လည်း အလဟဿပြုန်းတီးသွားမှာက ဒေါ်လာ ဘီလျံ ၁.၂ လောက်ရှိမယ်။

ဆုံးဖြတ်ချက်ချဖို့ရာ သင်ပထမ “မတ်စကို” နဲ့ သူ့ဈေးကွက် တွေအကြောင်း သိထားဖို့လိုတယ်။ ဒီပုံပြင်စတာက လွန်ခဲ့တဲ့ ၂၇ နှစ် ကျော်ကပဲ။ သင်ခန်းစာတွေက ထာဝရမှတ်သားစရာကောင်းပါ။ ကုမ္ပဏီနဲ့ စက်ရုံအပေါ်မှာ ရေရှည်ရှုမြင်ဖို့ နှစ်များစွာ သုံးသပ်သွားဖို့ လိုမယ်။

ပထမ, ကုမ္ပဏီအကြောင်း စဉ်းစားပါ

၁၉၈၆ ခုနှစ်မှာ “မတ်စကို”ဟာ အောင်မြင်နေတဲ့ ဒေါ်လာ ၁.၁၅ ဘီလျံတန် ကုမ္ပဏီကြီးဖြစ်ပြီး ရှာဖွေစုဆောင်းလာခဲ့တဲ့ နှစ်တွေ ၂၉ နှစ် စံချိန်ရှိခဲ့တယ်။ ထုတ်လုပ်တဲ့ပစ္စည်းတွေက ရေပိုက်ခေါင်း၊ မီးဖိုချောင် သုံးပစ္စည်း၊ ရေချိုးခန်းသုံး၊ ကက်ဘီနက်ဗီရိုငယ်၊ သော့နဲ့ အိမ်ဆောက် ကိရိယာ၊ အိမ်သုံးပစ္စည်းမျိုးစုံပါဝင်တယ်။ မတ်စကိုက ဒီလုပ်ငန်းတွေကို လာမယ့်နှစ်အနည်းငယ်မှာ ငွေသားချည်းသက်သက် ဒေါ်လာ ၂ ဘီလျံဖိုး လောက် ရနိုင်မယ်လို့ မျှော်လင့်ထားတယ်။

မတ်စကိုခေါင်းဆောင်တွေက သူတို့ရဲ့ ထုတ်ကုန်ကို “ငြီးငွေ့ ဖွယ် သာမညဆရာကြီး” ဖြစ်နေရာက ခြားနားသွားမယ့် ကစားပွဲ အနေအထားရောက်ဖို့ မျှော်လင့်ကြတယ်။ သူတို့ရဲ့ ရှုမြင်မှုကနေ "Procter & Gamble" ဆိုတဲ့ အမေရိကန်ပရိဘောဂလုပ်ငန်း ပေါ်ပေါက် လာပါတယ်။ အိပ်ပျော်နေတဲ့ စက်ရုံကို အမြတ်အစွန်းတွေ ကြီးစိုးနိုင်မယ့် အခွင့်အလမ်းနောက်တစ်ခု ရလာတာပါပဲ။

“မန်းနိုးဂျီယန်”ရဲ့ သေနင်္ဂီဗျူဟာ ဖြစ်ရပ်က ရှည်လျားတဲ့ အောင် မြင်မှု စံချိန်ရပါတယ်။ ကြာရှည်ခံ ကုန်ထုတ်လုပ်မှုတွေမှာ ဖြစ်ပါတယ်။ ထူးခြားလုံလောက်တဲ့ ကုန်ထုတ်လုပ်မှုတွေမှာ ကောင်းတဲ့ စီမံခန့်ခွဲရေး၊ တီထွင်မှုတွေရှိခဲ့တယ်။ ယနေ့ထိ အကြီးဆုံး အောင်မြင်မှုရထားတာက

ရေပိုက်ခေါင်းကိရိယာတွေ ပြန်လည် တီထွင်ဆန်းသစ်ရေး လုပ်ငန်းပါပဲ။ မတ်စကိုဝင်လာမီကတည်းက ဒီကုန်မျိုးလုပ်ငန်းတွေမှာ ကုန်အမှတ် တံဆိပ် brand တွေ အသိအမှတ်ပြုခြင်းမျိုး ကင်းမဲ့နေပြီး ကြော်ငြာအား လည်း အနည်းဆုံးမှာ ရှိခဲ့တယ်။ အရောင်းပုဂ္ဂိုလ်သင်တန်းတွေလည်း အဆင့်နိမ့်ခဲ့တယ်။

ရစ်ချတ်ရဲ့အဖေ “အဲလက်” က အင်ဂျင်နီယာပြဿနာရပ်ကို ဖြေရှင်းရာမှာ တစ်လက်ကိုင်အဖြစ် သုံးနိုင်တဲ့ ရေပိုက်ခေါင်းတွေ လုပ်ခဲ့တယ်။ ဒီပစ္စည်းထုတ်တဲ့ ကုမ္ပဏီထောင်ဖို့တော့ သူက စိတ်မဝင်စားဘူး။ မတ်စကိုက စတင်လုပ်ပြီး ရေပိုက်ခေါင်းတွေ သူ့ဟာသူ ရောင်းခဲ့တယ်။

အိမ်ပိုင်ရှင်တွေကတော့ ဒီပစ္စည်းကို ကြိုက်ကြတဲ့အတွက် ဒီလုပ်ငန်းတိုးတက်ခဲ့ပြီး ရေပူရေအေး သီးခြားစီဖွင့်ပြီး သုံးနိုင်တဲ့ လက်ကိုင်ခေါင်းနှစ်ခုတွဲလျက် ရေပိုက်ခေါင်းထွင်နိုင်လို့ ကုမ္ပဏီက ပိုက်ခေါင်းအဆိုရှင် ပုံစံသစ်ကို မိတ်ဆက်ထုတ်ပေးနိုင်ခဲ့တယ်။ ဒီ ဒီဇိုင်းကို မူပိုင်မှတ်ပုံတင်ဖြစ်ခဲ့ပြီး ရော်ဘာဝါရှာညံ့လို့ ကျဆုံးသွားရတယ်။

မတ်စကိုက ထုတ်ကုန်သစ်တွေ ရှုထောင့်များစွာ ဆက်တီထွင်ပြီး အခြေခံထုတ်လုပ်ရေးကနေ ဖြန့်ချိရေး ဈေးကွက်ထိလုပ်ခဲ့တယ်။ ရေပိုက်ခေါင်းတွေ ကြော်ငြာရေးကို အိုလံပစ်ပွဲတော်အတွင်း တီဗွီက လွှင့်ခဲ့တယ်။ မတ်စကိုက သူတီထွင်မှုစွမ်းရည်တွေ တက်လာလို့ “ရစ်ချတ်မန်နိုးဂျီးယန်း” က ပရိဘောဂလုပ်ငန်းအထိ အသွင်ပြောင်းလဲ ထောင်ဖို့အထိ မျှော်လင့်နေတယ်။

ကဲ...အခု စက်ရုံကို စဉ်းစားကြစို့

မန်နိုးဂျီးယန်းက အဲဒီလို ဆုံးဖြတ်တော့မယ့်အချိန်မှာ အမေရိကန်

ပြည်တွင်း၊ အိမ်သုံးပရိဘောဂလုပ်ငန်းတွေက ဒေါ်လာ ၁၄ ဘီလျံတန်နေပေမဲ့ ငွေကြေးအကျိုးအမြတ် မကောင်းကြသေးဘူး။ သယ်ယူပို့ဆောင်စရိတ်ကကြီး၊ ထုတ်လုပ်မှုနိမ့်ကျလို့ နှစ်စဉ်တိုးတက်မှု ရာနှုန်း ၂ ပဲ ရှိတယ်။ ထုတ်လုပ်ရေးသမားတွေ ၂၅၀၀ ကျော် ရှိတဲ့အနက် ၄၀၀ ကျော်ပဲ ရောင်းအားရာနှုန်း ၈၀ အထိရှိတယ်။

စက်ရုံတွေရဲ့ စီမံခန့်ခွဲရေးက များသောအားဖြင့် ခေတ်မမီဘူးလို့ သဘောထားခြင်းခံရပြီး နှစ် ၅၀ လုံးလုံး ပြောစမှတ်ပြုလောက်တဲ့ ပြောင်းလဲချက်တွေ မရှိခဲ့ဘူး။ ဒီစက်မှုလောကရဲ့ အကဲဖြတ်သူလည်း ဖြစ်၊ ပရိဘောဂ အမှုဆောင်လည်းဖြစ်သူ “ဝက်စလေကောလင်းစ်” က အောက်ပါအတိုင်း အနှစ်ချုပ်ပြောခဲ့တယ်။

“ဗွီဒီယိုတိပ်ခွေက အိမ်သုံးရုပ်ရှင်ကင်မရာကို အမှိုက်ပုံးထဲ ထည့်ပစ်လိုက်တဲ့အခါမှာ တိပ်ကက်ဆက်ကလည်း ပလတ်စတစ် ရီကော်ဒါလုပ်သူကို ခြောက်ပေအောက်ကို ကျသွားစေခဲ့တယ်။ word processors က လက်နှိပ်စက်ကို ဗီရိုထဲ ထည့်ပိတ်လိုက်တဲ့အချိန်မှာ မိုက်ခရိုဝေ့ဖ်မီးဖိုထွက် ပြောင်းဖူးပေါက် ပေါက်ဆုပ်တွေက ပြောင်းဖူးပေါက်ပေါက်ဆုပ် လုပ်သူကို သတ်ပစ်လိုက်တယ်။

စားသုံးသူများ ကုန်ကျစရိတ်အပေါ် ကျွန်တော်တို့ ဝေမျှခံကြရတာက တစ်နှစ်ပြီးတစ်နှစ် ချော်ထွက်သွားနေတယ်။ အမေရိကန်မှာ ပရိဘောဂလက်လီအရောင်းအားက ၄၀ ရာခိုင်နှုန်းတောင် ပျောက်ဆုံးသွားတယ် .၂၅ ရာခိုင်နှုန်းသော လက်လီ ရောင်းသူတွေက ဆိုင်ပိတ်လိုက်ရပြီ။ ကုန်တိုက်ကြီးတွေမှာ ပရိဘောဂတွေ တင်မရောင်းတော့ဘူး။”

ကောလင်းမှတ်စုရေးခဲ့သလိုပဲ၊ ပရိဘောဂမှာယူမှုတွေဟာ မြင့်မြင့်မားမားနဲ့ ရွှေ့ဆိုင်းခြင်းခံနေရပါပြီ။ တီထွင်မှုသစ်တွေ၊ ဒီဇိုင်းသစ်တွေ ဘယ်လိုပဲလုပ်လုပ် ပြိုင်ဆိုင်သူတွေက အလျင်အမြန် ပယ်ချနေကြတယ်။

အမေရိကန်မှာ အညီအမျှ စိတ်ဖိစီးမှုဖြစ်ရတာက ဒီပရိဘောဂလောကမှာ ကုန်အမှတ်တံဆိပ် brand ကို အသိအမှတ်ပြုမှုက နည်းလှတယ်။ ကြော်ငြာအားနည်းလှပြီး စာသုံးသူတွေကို သုတေသနပြုချက်အရ များစွာသော အမေရိကန်အရွယ်ရောက်သူတွေဟာ ပရိဘောဂရိုးရိုးလေး တစ်ခုတလေရဲ့ ကုန်အမှတ်တံဆိပ် brand ကိုတောင် မသိကြဘူးလို့ ဆိုပါတယ်။ ဥပမာ သင်ဇည့်ခန်းထဲ ဆိုဖာတစ်လုံးရဲ့ brand အမည်ကို မသိကြဘူး။ မေးရင် အကြာကြီးစဉ်းစားပြီးမှ “အညိုရောင်သားရေ” ထင်ပါရဲ့လို့ ဖြီးကြတယ်။ ဒီမေးခွန်းမျိုးမေးရင် သိတယ်လို့ လက်ညှိုးထောင်တတ်ကြတာက ဥရောပက အမှုဆောင်တွေ ဖြစ်တတ်တယ်။

ကျွန်မရဲ့ သင်တန်းသားအမှုဆောင်တွေကို မေးကြည့်တယ်။ အလံနီထောင်လို့ သတိပေးထားတဲ့အထဲကို ဆင်းလိုပါသလားလို့ မေးတော့ “စိန်ခေါ်ချက်တွေ ရှိတဲ့နေရာမှာ အခွင့်အလမ်းတွေလည်း ရှိတတ်ပါတယ်။ တကယ်လို့ လုပ်ငန်းသာဆိုရင် ဒီအခွင့်အလမ်းကို ကုမ္ပဏီတချို့က ဖမ်းဆုပ်ပြီးသား ဖြစ်နေမှာပဲ” လို့ ဖြေတတ်ကြတယ်။

သူတို့မှတ်သားထားတာက ပရိဘောဂစက်ရုံမျိုးက မတ်စကိုမဝင်လာမီက ရေပိုက်ခေါင်းထုတ် စက်ရုံမျိုးနဲ့ များစွာတူနေတယ်လို့ ဆိုတယ်။ အခွင့်အလမ်းက မတ်စကိုရဲ့ ကုန်ထုတ်လုပ်ရေး ကျွမ်းကျင်မှုအားကောင်းတဲ့ စီမံခန့်ခွဲရေး စွမ်းရည်တို့နဲ့ အံဝင်နေတယ်။

ပရိဘောဂလုပ်ငန်းတွေက ဘယ်လိုကြောက်စရာကောင်းသလဲဆိုတာ အပြိုင်တွေမှန်သမျှ ဖြတ်ကျော်မသွားနိုင်ကြဘူး။ ဘယ်ကုမ္ပဏီမှ

ဒီတန်းကျော်ပြေးပွဲကို မကျော်လွှားနိုင်ကြတာ သူတို့သိတယ်။ ဒါကြောင့်
စောဒကတက်ချက်တွေက ရှေ့တိုးလိုက်၊ နောက်ဆုတ်လိုက်နဲ့ ဂနာမငြိမ်
ဖြစ်နေကြတာပေါ့။

မတ်စကိုက ရဲဝံ့တဲ့ခြေလှမ်းနဲ့ ဝင်လိုက်တယ်။ ၂ နှစ်ကျော်မှာ
အဆင့်မြင့်ပရိဘောဂလုပ်ငန်း “ဟန်ရီဒန်” ကို ဒေါ်လာသန်း ၃၀၀ နဲ့
ဝယ်လိုက်တယ်။ "Drexel Heritage" ကို ဒေါ်လာ ၂၇၅ သန်းနဲ့
ဝယ်တယ်။ "Lexington" ပရိဘောဂကုမ္ပဏီကို ဒေါ်လာ ၂၅၀ သန်းနဲ့
ဝယ်တယ်။ “ယူနီဗာဆယ်” ပရိဘောဂ လီမိတက်ကို ဒေါ်လာသန်း
၅၀၀ အကုန်ခံဝယ်လိုက်ပြန်တယ်။ ယူနီဗာဆယ်က နိုင်ငံပေါင်း ၁၀
နိုင်ငံဖြန့်ပြီး လုပ်နေတာပါ။ စက်အစိတ်အပိုင်းတွေကို ကုန်ကျစရိတ်
နိမ့်တဲ့ နိုင်ငံတွေမှာ ထုတ်လုပ်ပြီး အမေရိကန်ပြည် တပ်ဆင်ရေးဆီကို
သင်္ဘောနဲ့ တင်ပို့ပြီး၊ အပြီးအစီး တပ်ဆင်ရတယ်။ အခုတော့ မတ်စကို
ဟာ ကမ္ဘာပေါ်မှာ အကြီးမားဆုံး ပရိဘောဂကုမ္ပဏီ ကြီးဖြစ်နေပါပြီ။

မတ်စကိုက ကုမ္ပဏီ ၁၀ ခု သိမ်းပိုက်ရာမှာ ဒေါ်လာ ၁.၅
ဘီလျံသုံးခဲ့တယ်။ နောက်ထပ် ဒေါ်လာ ၂၅၀ သန်းကိုတော့ ကုန်
ထုတ်လုပ်ရေးနဲ့ ဈေးကွက်အစီအစဉ်တွေမှာ မြှုပ်နှံလိုက်တယ်။

“မန်နီဂျီးယန်း” က ရုပ်ပစ္စည်းတည်ဆောက်ရေးမှာ ရွှေတံဆိပ်
ရသွားပါတယ်။



ဒီသမိုင်းရေးနောက်ခံနဲ့အတူ စာသင်ခန်းထဲမှာ စွမ်းအင်တွေ
အက်ကွဲကုန်တယ်။ ရဲရင့်တဲ့လုပ်ရပ်ကို ရှေ့နေလိုက်ကြတဲ့ အမှုဆောင်
တွေက အချင်းချင်း လက် ၅ ချောင်းထောင်၊ လက်မကို ကော်ပြီးကြား
ရတဲ့ ဟားဗတ်ဖြစ်ရပ်ကို သဘောကျကြောင်း လက္ခဏာပြုကြတယ်။

“မတ်စကိုက ဘာတွေလုပ်ခဲ့သလဲ။” ကျွန်မက စမေးတယ်။

“သူတို့က ကုန်ပစ္စည်းအမှတ်တံဆိပ်တွေ ယူလာတယ်လေ။” လို့ တစ်ယောက်ကဖြေတယ်။

“သူတို့ ဘယ်လိုလုပ်ခဲ့သလဲ”

“ဈေးကွက်ဝေစုမှာ နံပါတ်တစ် ရတယ်လေ။ ဒါထက် ဘာလို့ ချင်သေးလို့လဲ။”

“သူတို့က ငွေကြေးအကျိုးအမြတ်တွေကော ရလို့လား။”

ဒီမေးခွန်းကျတော့မှ တိတ်ဆိတ်သွားကြတယ်။ တိုးတိုးတိုးတိုးနဲ့ ပြောကြတယ်။

၃၂ နှစ်ကြာ ရှာမှီးနိုင်ခဲ့တဲ့ မတ်စကိုရဲ့ အသားတင်ဝင်ငွေက ၃၀ ရာခိုင်နှုန်းကျသွားခဲ့တယ်။ နောက် ၂ နှစ်အကြာ၊ ပရိဘောဂ လုပ်ငန်းတွေက ရှာရသမျှဟာ ဒေါ်လာ ၁.၄ ဘီလျံဖိုး ရောင်းတဲ့ အနက် ဒေါ်လာသန်း ၈၀ ပဲအဖတ်တင်ခဲ့တယ်။ လုပ်ငန်းအကောင်အထည် ဖော်မှုက ၆% ပဲရှိပြီး ကျန်တဲ့ကုမ္ပဏီတွေက ၁၄% ဖြစ် နေတဲ့အခိုက်မှာ ဖြစ်ပါတယ်။ နှစ်များစွာ ရုန်းကန်ရပြီးတဲ့နောက် မတ်စကိုက သူ့ရဲ့ ပရိဘောဂလုပ်ငန်းကို ချရောင်းပစ်မယ်လို့ ကြေညာလိုက်ရပါတော့ တယ်။

မတ်စကိုက သူ့ရဲ့ ငွေရေးကြေးရေး အခြေအနေအရ ပရိဘောဂ လုပ်ငန်းထဲကို ဘယ်တော့မှ ပြန်မဝင်တော့ဘူးလို့ ပြောလိုက်တယ်။ မြုပ်နှံသူတွေရဲ့ ယုံကြည်ချက်က ပရိဘောဂထဲ မဝင်မီက လမ်းဟောင်း မတ်စကိုလုပ်ငန်းဟောင်းတွေပဲ ပြန်လုပ်ဖို့ မျှော်လင့်ထားပါတယ်။

ဒေါ်လာ ၂ ဘီလျံတန် ပရိဘောဂထဲ ဝင်မိတဲ့ အမှားကြီးက မလွယ်လှပါဘူး။

* * *

မတ်စကိုက ပရိဘောဂထဲက ထွက်ရခြင်းက မူလအစဝင်စဉ်က ထက် များစွာ ပိုခက်ခဲကြောင်း တွေ့ရှိရတယ်။ စာချုပ်ချုပ်မှု တသိ တတန်း လုပ်ပြီးတဲ့နောက်၊ ပရိဘောဂလုပ်ငန်း ရောင်းချမှုက ပြီးဆုံး လက်စ သတ်နိုင်ပါတယ်။ ဆုံးရှုံးမှုက ဒေါ်လာ ၆၅၀ သန်းရှိပါတယ်။ ကိစ္စအားလုံးပြီးသွားတဲ့အခါ CEO “မန်နိုးဂျီးယန်း”က အောက်ပါ အတိုင်းဝန်ခံသွားတယ်။

“အိမ်အဆင်အပြင် လုပ်ငန်းထဲ ဝင်သွားဖို့ ဆုံးဖြတ်ရတာ က ကျွန်တော့်အလုပ်သက်တမ်း ၃၅ နှစ်လုံး ချခဲ့သမျှထဲမှာ အဆိုးဆုံး ဆုံးဖြတ်ချက်တစ်ခုပဲ ဖြစ်ပါတယ်။”

ဒါကြောင့် သင့်ကိုထပ်မေးပါရစေ။

“သင့်လုပ်ငန်းက လိုအပ်နေတဲ့ သေနင်္ဂဗျူဟာသမား သင် ဟုတ် ပါလေစ။”



အခန်း (၃) စူပါမန်နေဂျာဖြစ်ရေးရဲ့ ဒဏ္ဍာရီ

ပရိဘောဂ စက်မှုလောကအကြောင်း သင်ဖြန့်ကြက်သုံးသပ် မဆုံး
ဖြတ်နိုင်တဲ့တိုင်အောင် မတ်စကိုရဲ့ လှုပ်ရှားမှုတွေကို သင်ထောက်ခံဖို့
လောင်းကြေးထပ်ချင်စိတ်တော့ ရှိလိမ့်မယ်။ ငြိမ်ဝပ်ကြောက်ရွံ့နေတတ်
တဲ့ မန်နေဂျာတွေကို ဘယ်သူမှလေးစားကြမှာ မဟုတ်ဘူး။ ရဲရင့်ပြီး
အမြင်ကျယ်တဲ့ ခေါင်းဆောင်မျိုးက သူတို့ လုပ်ငန်းတွေကို စိတ်လှုပ်ရှား
ဖွယ်ရာ အသစ်တွေဆီ ခေါ်ဆောင်သွားတဲ့ ယုံကြည်ချက်မျိုးရှိတတ်ကြလို့
အများက ချီးကျူးအားကျခြင်းကို ခံရတယ်။ ဒါတွေကပဲ ခေါင်းဆောင်
မှုနဲ့ သေနင်္ဂီဗျူဟာတို့ရဲ့ သော့ချက်အစိတ်အပိုင်းပဲ မဟုတ်ပါလား။

ကောင်းမြတ်တဲ့ သေနင်္ဂီဗျူဟာသမားက လိုအပ်နေတဲ့ ယုံကြည်
ချက်ဆိုတာက တကယ့်အချက်အရ ခပ်လွယ်လွယ် အဆင်သင့်ပဲ
ယုံကြည်မှုလွန်ကဲမှုဆီ ပျံတက်သွားတတ်ပါတယ်။ ယုံကြည်မှုတစ်ခု
က စကားနဲ့ ထုတ်မပြောပေမဲ့ ပြိုင်ဆိုင်မှုမြင့်မားတဲ့ မန်နေဂျာတွေ

အတွက် လုပ်ရင်းကိုင်ရင်း စဉ်းစားတွေးတောရင်းနဲ့ ပေါ်ပေါက် လာတာ ဖြစ်ပါတယ်။

စာရေးဆရာတစ်ယောက်က ပြောဖူးတဲ့စကားတစ်ခွန်းရှိတယ်။ “အမေရိကန်ရဲ့ စီမံခန့်ခွဲမှုမှာ စုပေါင်းတန်ခိုးစွမ်းအား အာရုံတစ်ခု ကပ်ငြိ နေတယ်။ အဲဒါကတော့ စီမံခန့်ခွဲမှု ထိန်းချုပ်ရေးအောက်မှာ နိမိတ် မဖတ်နိုင်လောက်အောင် ရှုပ်ထွေးလွန်းလှတဲ့ အခြေအနေမျိုး မရှိဆိုတဲ့ ယုံကြည်မှုပဲ ဖြစ်ပါတယ်။”

ဒီယုံကြည်မှုကိုပဲ ကျွန်မက “စူပါမန်နေဂျာတို့ရဲ့ ဒဏ္ဍာရီ ရှေးဟောင်းပုံပြင်” လို့ပဲ ခေါ်လိုက်ချင်ရဲ့။

မတ်စကိုက ပရိဘောဂထုတ်လုပ်ရေးထဲ ခုန်ဝင်သွားတာရဲ့ နောက် ကွယ်က အမှုဆောင်တွေရွေးချယ်တဲ့ လမ်းကြောင်းကိုကြည့်ရင်း ဒီယုံကြည်မှုမျိုးကိုပဲ တွေ့ရမှာပါပဲ။ ကျန်တဲ့စကားတွေနဲ့ လှည့်ပြောရရင် “ရဲတင်းလွန်း” တယ်။ “မရပ်မနားတမ်းလုပ်လွန်းတယ်” လို့ပဲပြောရမယ်။

မတ်စကိုအကြောင်းကို “ဝေါစထရီလမ်းမ” လောကမှာ ကမ္ဘည်း တပ်ခေါ်ကြတဲ့ စကားတစ်လုံးရှိတယ်။ “ငြီးငွေ့ဖွယ် သာမညတို့ရဲ့ ဆရာကြီး”-တဲ့။ ကုမ္ပဏီရဲ့ “ကုန်လွန်ခဲ့တဲ့ အောင်မြင်မှု” နဲ့ “ခါးသီး နေတဲ့ ရှယ်ယာဝင်များ” ကို ရည်ညွှန်းပြောတာဖြစ်တယ်။ ကုမ္ပဏီရဲ့ အရှိန်အဟုန်က သူ့ခေါင်းဆောင်တွေအရဲစွန့် စာချုပ်ချုပ်ဆိုမှု ထုနဲ့ ထည်နဲ့ အမြောက်အမြားစုပုံလုပ်လို့ လမ်းလွဲသွားပြီးနောက်မှာ ကျဆုံးပြီး အရှိန်အဟုန်တွေ ပျောက်ဆုံးရတယ်။

မတ်စကိုက ပရိဘောဂထဲဝင်တဲ့ကိစ္စက အကောင်းမြင်ကိစ္စတစ်ခု တော့ မဟုတ်ခဲ့ဘူး။ နာမည်ကျော် “ဝါရင်ဘူဖေး” ပြောဖူးတဲ့ ဂါထာ ဆန်ဆန် တရားတစ်ခုရှိတယ်။ “နာမည်ကောင်းတစ်ခုတည်ဆောက် ရတာ အနှစ် ၂၀ ကြာနိုင်ပေမဲ့ ဒါက ၅ မိနစ်အတွင်း ပျက်စီးသွား

နိုင်တယ်။”

ဒီလို ၅မိနစ်အတွင်း ပျက်စီးရတဲ့ အကြောင်းရင်းကတော့ သေနဂ်ဗျူဟာသမားက မှားယွင်းတဲ့ ရွေးချယ်မှုကို လုပ်မိလိုက်လို့ ပါပဲ။ ဒါကို နားလည်ဖို့ လုပ်ငန်းရဲ့အတွင်းနဲ့အပြင် အားလုံးကိုပါ ကြည့်ရှုသုံးသပ်သွားရမှာပါ။

အဲဒီလို ယှဉ်တွဲစဉ်းစားဖို့ ပထမသဲလွန်စက “မင်ဂျယ်ကုမ္ပဏီ (A အဆင့်)ပါပဲ။ ၁၉၄၆ ခုနှစ်က စတည်ထောင်ခဲ့တဲ့ “မင်ဂျယ်” ရဲ့ ဖြစ်ရပ်က တစ်စစကွဲကြွေလွန်းနေတဲ့ ပရိဘောဂစက်မှုကို ခိုင်မာတဲ့ စီမံကိန်းတွေနဲ့ တော်လှန်ပြုပြင်ပြောင်းလဲခဲ့တာကို ဖော်ပြနေပါတယ်။ စကေးကျကျတည်ဆောက်ခဲ့ပြီး၊ ထုတ်လုပ်ရေးကျွမ်းကျင်မှုတွေနဲ့ အရှိန် မြှင့်တင်ခြင်းဖြင့်၊ စွမ်းဆောင်ရည်တွေ “မင်ဂျယ်” တို့ရဲ့ခဲ့တယ်။ စက်မှုရေးရာ လေ့ကျင့်မှုအဖြစ် “စားသုံးသူစတိုင် သိမြင်မှုမြှင့်တင်ရေး”နဲ့ ကြော်ငြာဖို့ ကို ဒေါ်လာ ၅သိန်းသုံးခဲ့တယ်။ ဒီလိုနဲ့ “ကြာရှည်ခံတယ်”ဆိုတဲ့ ကုန်အမှတ်တံဆိပ်ကို ရလိုက်တယ်။

ကျွန်မရဲ့ ကိုယ်ပိုင်သုတေသနထဲမှာ အောက်ပါစက်ရုံလုပ်ငန်းတွေ ပါဝင်ပါတယ်။

"Consolidated Foods"၊ "Champion International"၊ "Mead"၊ "General Housewares"၊ "Ludlow"၊ "Intermark"၊ "Georgia Pacific"၊ "Breatrice Foods"၊ "Scott Paper"၊ "Burlington Industries"၊ "Gulf+Western"....။

“မင်ဂျယ်” နဲ့ “မတ်စကိုတို့လိုပဲ အထက်ပါကုမ္ပဏီတွေ အားလုံးက ပရိဘောဂထုတ်လုပ်ရေးကို ကြိုးစားဆောင်ပါလျက်နဲ့ ကံကြမ္မာကျဆုံးသွားကြရသူတွေပါပဲ။ ကြီးမားတဲ့မျှော်လင့်ချက်၊ အောင်မြင်ဖို့ မျှော်လင့်ချက်တွေမြင့်ပြီး “အသက်မွေးဝမ်းကျောင်း စီမံခန့်ခွဲရေး”နဲ့

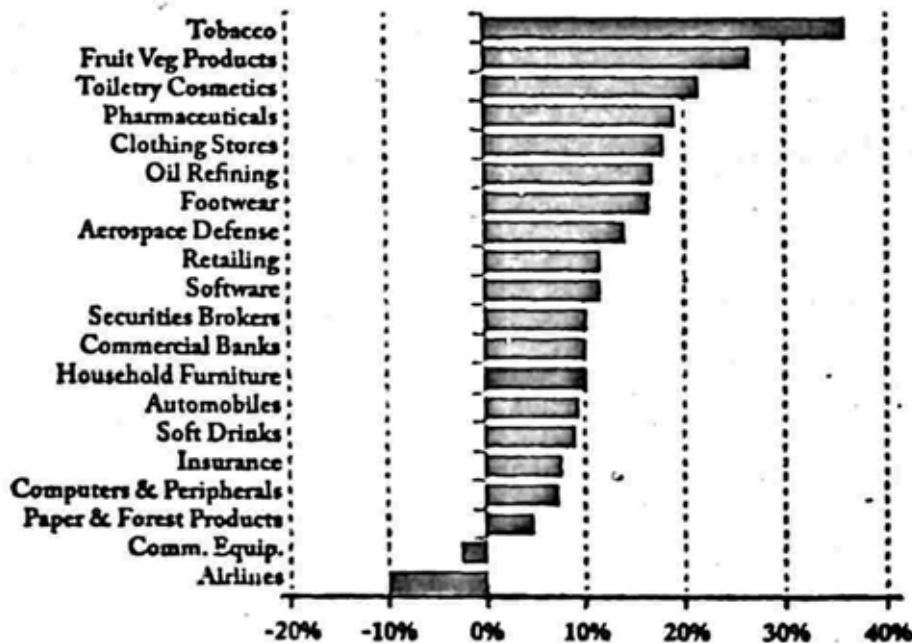
တွန်းတင်ပေမဲ့ နောက်ဆုံးတော့ ထွက်ခွာသွားကြရတော့တယ်။

အင်အားစုများကို နားလည်ရေး

ဒီကုမ္ပဏီတွေက လေးနက်တဲ့လမ်းကြောင်း စံချိန်ရှိပေမဲ့ အလားတူ ပရိဘောဂ အားထုတ်မှုမှာပဲ ကျဆုံးသွားကြတာပါ။

နောက်ထပ်လေ့လာစရာ သဲလွန်စတစ်ခုက ပူးတွဲပါပုံပြဇယား ဖျဉ်း(ပူးတွဲပုံ-၁)ဖြစ်တဲ့ "စက်ရုံတွေရဲ့ အကျိုးအမြတ်များ နှိုင်းယှဉ်ချက်၊ ၁၉၉၀-၂၀၁၀။ ရှယ်ယာပိုင်ဆိုင်မှုအပေါ် ပြန်ရချက်" ဇယားဖြစ်ပါတယ်။ ဒီ chart ကို "Standard & Poors" ဆိုတဲ့ ကွန်ပျူတာ စာရင်းအင်း database က အမေရိကန် စတော့အိတ်ချိန်း ကုန်သွယ်ရေးတွေကို ပြုစုထားပါ။

**Relative Industry Profitability: 1990-2010
Return on Equity**



ဒီဇယားမှာ တိုးတက်မှုအများဆုံးဖြစ်တဲ့ "Tobacco" ကုမ္ပဏီက ရှယ်ယာတန်ဖိုးပြန်ရချက် နှစ်စဉ်ဝင်ငွေရာနှုန်း ၃၆.၁ ရှိတယ်။ အောက်ဆုံးကုမ္ပဏီ ၂ ခုက အနုတ်လက္ခဏာပြနေရာမှာ "Commercial Equipment" က (-၂)ရှိပြီး "Airlines" က (-၁၀) ရာခိုင်နှုန်းတွေရှိကြတယ်။ အလယ်တန်းစက်ရုံတွေက အကျိုးအမြတ်အများဆုံး ထိပ်ဆုံးက စက်ရုံရဲ့ထက်ဝက်ခန့်ရှိနေပြီး အောက်ဆုံးရောက်စက်ရုံနဲ့ အပေါ်ဆုံးရောက် စက်ရုံရဲ့ ခြားနားချက်က ၄-၅ ဆလောက် ကွာခြားနေတာတွေ နိုင်ပါတယ်။

အခြားသော နိုင်ငံတွေမှာလည်း အလားတူခြားနားချက်တွေကို တွေ့ရမှာပါ။ စက်ရုံတွေရဲ့ ခြားနားချက်တွေက ကြီးတယ်ငယ်တယ်နဲ့ မသက်ဆိုင်လှဘဲ စီးပွားရေးအင်အားကြောင့်သာ ဖြစ်နေပါတယ်။ ဒီအမျိုးမျိုးသော ကွဲလွဲချက်တွေက စက်ရုံရဲ့ပြိုင်ဆိုင်မှု ရှုမျှော်ခင်း ခြားနားချက်တွေကြောင့် ပုံပေါ်လာတဲ့ စီးပွားရေးအင်အားစုတွေကြောင့်ပါပဲ။

“မိုက်ကယ်ပေါ်တာ” ပြောခဲ့သလိုပဲ၊ ဒါတွေက စက်မှုအတွင်းက ပြိုင်ဆိုင်မှုသဘာဝတွေနဲ့ ဆက်နွှယ်နေပါတယ်။ အခြားအရာ ကိစ္စတွေကိုတော့ စက်ရုံနဲ့ ယင်းရဲ့ ပေးသွင်းသူတွေ၊ ဖောက်သည်တွေ၊ အစားထိုးထုတ်ကုန်တွေနဲ့ နောင်အမြဲဝင်လာမယ့် သူတွေရဲ့ ကြားက စွမ်းအားချိန်ခွင်လျှာတွေနဲ့ လုပ်သွားရဖို့ ရှိနေတယ်။

ဒီအင်အားစုတွေရဲ့ စုစုပေါင်းထိတွေ့ချက်က တစ်ဦးချင်းလုပ်ငန်းတွေရဲ့ မြတ်စွန်းနိုင်မှုအပေါ်မှာ မှီနေတယ်။ အပြန်အလှန်အားဖြင့် သူတို့အကောင်အထည်ဖော်နေတဲ့ စက်ရုံတွေကို စက်မှုအာနိသင်လို့ ခေါ်တယ်။ ဒါကိုလေ့လာသိရလို့ သင်အံ့ဩသွားနိုင်တယ်။ သင့်ကုမ္ပဏီရဲ့ လုပ်ဆောင်ချက်များစွာက ဒီအင်အားစုတွေရဲ့ ဆုံးဖြတ်ခြင်းကို ခံရတယ်။

ဒီပြိုင်ဆိုင်မှု အင်အားစုတွေက တစ်ဦးချင်းကုမ္ပဏီတွေ အများစုနဲ့ သူတို့ မန်နေဂျာတွေရဲ့ ထိန်းချုပ်မှုတစ်ဖက်မှာ လွတ်နေတယ်။

သေနင်္ဂဗျူဟာသမားတွေရဲ့ ပထမဆုံးအလုပ်က၊ ဒါတွေနဲ့အတူ ပြိုင်ဆိုင်မှုဖြစ်ပွားရာ ကစားကွင်းပြင်ကို သူတို့ဘယ်လိုအကျိုးသက် ရောက်နေကြောင်းကို နားလည်ဖို့ပါပဲ။

ထူးခြားချက်များကို ပြုပြင်လုပ်ခြင်း

စက်ရုံတွေကို “ဆွဲဆောင်မှုကင်းခြင်း” ကနေ “ဆွဲဆောင်အား ကောင်းခြင်း” အထိ တဖြည်းဖြည်း တစ်စတစ်စခြားနားပိုသိသာ ဝေးကွာ သွားစေတဲ့အထိ စီစဉ်ထားနိုင်ပါတယ်။

“ဆွဲဆောင်အားကောင်းခြင်း” က စက်မှုပြိုင်ဆိုင်မှု အင်အားစုတွေ ကန့်သတ်၊ ခွင့်ပြု၊ မွေးစားတဲ့လုပ်ငန်းတွေရဲ့ အကျိုးအမြတ် ဒီဂရီဆီ ရည်ညွှန်းထားတယ်။ “ဆွဲဆောင်မှုကင်းခြင်း” ကို ဝဲဘက် အစွန်းမှာထား ပြီး “ဆွဲဆောင်အားကောင်းခြင်း” ကို ယာဘက်အစွန်းကို ပို့ထားတဲ့ဇယား မှာ အောက်ပါကဏ္ဍငါးခုအလိုက် မြင့်တာ၊ နိမ့်တာတွေကို တွေ့နိုင် သုံးသပ်နိုင်ပါတယ်။

၁။ လုပ်ငန်းများအကြားက ပြိုင်ဆိုင်မှု။ “ဆွဲဆောင်မှုကင်းခြင်း” မြင့်မားပြီး “ဆွဲဆောင်မှုကောင်းခြင်း” မှာ ဒီကဏ္ဍက နိမ့်ကျနေတယ်။ အလားတူ ပရိဘောဂတွေပဲ လုပ်နေကြတဲ့ လုပ်ငန်းအရေအတွက်က များပြားမြင့်တက်နေမယ့် ပြိုင်ဘက်တွေကလုပ်တဲ့ တီထွင်မှုတုပနိုင်ခြင်း စွမ်းရည်လည်းမြင့်နေမယ်။

၂။ ပရိဘောဂစက်ရုံကို ပေးသွင်းသူများ။ ။ပရိဘောဂစက်ရုံကို

ပေးသွင်းတဲ့သူတွေက နည်းလည်းနည်းပြီး တိကျထူးခြားတဲ့ ပစ္စည်းတွေ ပေးသွင်းရတာမို့၊ အရေအတွက်နည်းပါးမှုမှာ မြင့်တက်နေမယ်။

၃။ ဖောက်သည်များရဲ့ စွမ်းအား။ ။ ပရိဘောဂမှာ ကြားမှုတွေက ရွှေ့ဆိုင်းမှု ကြန့်ကြာတတ်ခြင်းတွေ မြင့်လွန်းတယ်။ ဖောက်သည်တွေက ကုန်သည်အမှတ်တံဆိပ်အပေါ် အာရုံမရှိသလောက်နည်းပါးလွန်းတယ်။

၄။ အတားအဆီးတွေ ဝင်နိုင်ထွက်နိုင်မှု။ ။ လုပ်ငန်းသစ်တွေ ဝင်တိုးလာတာတွေ လျှံထွက်နိုင်တယ်။ စက်ရုံအခြေအနေတွေ ဆွဲဆောင်မှု ပိုကောင်းလာရင် ဈေးနှုန်းတွေ ကျသွားနိုင်တယ်။ အခြားတစ်ဖက်မှာ ပရိဘောဂစက်ရုံမှာ တခြားရွေးချယ်စရာရှားပါးလို့ လုပ်ငန်းတည်မြဲဖို့ သိပ်ခက်ခဲပြီး စွမ်းရည်ပိုလျှံမှုတွေ နှေးကွေးလျော့ကျလို့ လုပ်ငန်းထဲက ထွက်ခွာသွားနိုင်တယ်။

၅။ အစားထိုးကုန်စည်ရေးရာ။ ။ အိမ်တွင်းလုပ်ပရိဘောဂတွေ တစ်လက်ပြီးတစ်လက် ပြောင်းပြီးမှ စက်ရုံကိုအစားထိုးဖို့ ရောက်တတ်တယ်။ ပရိဘောဂအသစ်တွေက ဒေါ်လာနဲ့ယှဉ်ပြီး မရေမတွက်နိုင်အောင် ပြိုင်ရမယ်။

ဒီအင်အားစုတွေ တည်ရှိမှုကို သင်ဘယ်လိုတုံ့ပြန်မလဲ။ လုပ်ရပ်ဝန်းရံတဲ့ အမှုဆောင်တွေက ပြင်ပအင်အားစုတွေရဲ့ လည်ပင်းညှစ်ခြင်းကို မခံနိုင်ဖို့ ပိုစဉ်းစားနိုင်ကြောင်း ကျွန်မတွေ့ရတယ်။ သူတို့က လွတ်လပ်တဲ့ စိတ်ဘန်ခိုးကို ပိုယုံကြည်ချင်ကြတယ်။ ကြိုတင်တက်ကြွတဲ့ ခေါင်း

ဆောင်တွေနဲ့ စီမံမှုစွမ်းအားကို ယုံကြည်တဲ့သူတွေကတော့ သူတို့ ထိန်းချုပ်နိုင်တာကိုပဲ အာရုံစိုက်သွားလို့ဟန်ရှိပြီး သူတို့မတတ်နိုင်တာတွေကိုတော့ လျစ်လျူရှုချင်ရှုမယ်။ သို့မဟုတ် လျော့ပေါ့ခန့်မှန်းမိကြမှာပဲ။

ဒဏ္ဍာရီကို ပယ်ချခြင်း

အအောင်မြင်ဆုံးခေါင်းဆောင်တွေနဲ့ လုပ်ငန်းဘုရင်ကြီးတွေကတော့ သူတို့ ထိန်းချုပ်မှုရဲ့အပြင်က ပြိုင်ဆိုင်မှုအင်အားစုတွေရဲ့ ထင်ရှားတဲ့ ကြီးကျယ်ခမ်းနားမှုကို နားလည်ကြတယ်။

"Fortune" မဂ္ဂဇင်းက "ရာစုနှစ်ရဲ့မန်နေဂျာ"လို့ သတ်မှတ်ခြင်းခံရသူ "ဂျက်ဝဲလ်ချ်"ကိုပဲ ကြည့်ပါ။

"General Electric" ကို သူဘယ်လိုသိမ်းပိုက်ခဲ့တယ်ဆိုတာ သင်သတိရချင်မှရမယ်။ ဝဲလ်ချ်က လုပ်ငန်းပေါင်း ၂၀၀ ကျော်ကို ရောင်းချပစ်ခဲ့ရာမှာ တန်ဖိုးစုစုပေါင်း ဒေါ်လာ ၁၁ ဘီလျံရခဲ့တယ်။ အဲဒီပိုက်ဆံတွေနဲ့ရင်းပြီး ပိုင်ဆိုင်မှုပေါင်း ၃၇၀ ကျော် ဝယ်လိုက်ပြန်တယ်။ အခြေအနေတွေက အဆိုးမြင်ဖြစ်လွန်းရင် သူစက်ရုံတွေက ထွက်ချင်လာတယ်။ GEက လျှမ်းလျှမ်းတောက်ဖို့ သိပ်ခက် မယ်လို့ သူထင်ခဲ့တယ် "ကျွန်တော်က semiconductor လုပ်ငန်းကို မကြိုက်ဘူးဗျ" -လို့တောင် ပြောသေးတယ်။ အရင်းအနှီးတွေ သိပ်လိုမယ်လို့ ထင်ထားတယ်။ သိပ်တော်တဲ့ ကစားသမားတွေ ဒီထဲမှာရှိနေကြောင်း သူသိထားတယ်။

"the sage of Omaha" ကိုယ်တိုင်ပြောခဲ့တဲ့ မှတ်ချက်စကားက "ဝါရင်းဘူဖေး"ရဲ့ အချက်နဲ့ ဆင်တူတယ်။

"လျှမ်းလျှမ်းတောက်မှုနဲ့ နာမည်ကျော်တဲ့ စီမံခန့်ခွဲမှု တစ်ရပ်က ဆိုးဝါးတဲ့စီးပွားရေးနဲ့ နာမည်ကျော်တဲ့ လုပ်ငန်း

တစ်ခုကို ကိုင်တွယ်တဲ့အခါမှာ လုပ်ငန်းနဲ့နာမည်ကျော်ကြားမှု က ထိထိမိမိကျန်ရစ်ဆဲပါပဲ”

“ဘူဖေး” နဲ့ “ဝဲလ်ချီ” တို့က စံချိန်မှာ အားအကောင်းဆုံးမန်နေဂျာနှစ်ယောက်ဖြစ်ကြတယ်။ လုပ်ငန်းအောင်မြင်မှုကို ကြီးကျယ်ခမ်းနားစွာ တိုင်းတာချက်က မန်နေဂျာတစ်ယောက်ရဲ့ ထိန်းချုပ်မှုအလွန်က ပြိုင်ဆိုင်မှု အင်အားစုတွေအပေါ်မှာ မှီနေကြောင်းကို သူက နားလည်ပါတယ်။ အဲဒီဗဟုသုတတွေကို သူတို့ ကိုယ်ပိုင် အကျိုးအတွက် သုံးရာမှာ သူတို့အောင်နိုင်မယ့် ကစားကွင်းကို ကောက်ယူခြင်းနည်းနဲ့ လုပ်ပါတယ်။ အဲဒီကွင်းပြင်တွေအတွင်းမှာ သူတို့လုပ်ငန်းတွေကို အဲဒီအင်အားစုတွေနဲ့ မဆန့်ကျင်ဘဲ အတူတူ တွဲလုပ်ပါတယ်။

ဒါပေမဲ့ ဘာအကြောင်းနဲ့ ပတ်သက်လို့ ...

စူပါမန်နေဂျာတွေရဲ့ ဒဏ္ဍာရီတောင် အမှုဆောင်တွေများစွာ အပေါ်မှာ ရှင်သန်နေကြရတယ်။ တစ်ခါတစ်ရံလုပ်ငန်းရဲ့ အခက်ခဲဆုံး အချိန်တွေမှာတောင် အလုပ်ဖြစ်တဲ့ စီမံကိန်းတွေရှိသေးတယ်။ တစ်ဦးချင်းလုပ်ငန်းတွေမှာ၊ တခြားလူတွေ ကျဆုံးတတ်ကြတဲ့ လုပ်ငန်းတွေ လုပ်တာ ကြီးကြီးမားမား အောင်မြင်တတ်ကြရုံမက စက်ရုံတွေရဲ့ အခြေခံပြိုင်ဆိုင်ပုံတွေကိုတောင် ပြောင်းလဲနိုင်ကြသေးတယ်။

အမှုဆောင်တွေ ဒါမျိုးယူဆောင်လာရာမှာ လျင်မြန်လှတယ်။ “စတားဘတ်” တွေက ကော်ဖီဂေဟာလုပ်ငန်းကို တော်လှန်ခဲ့တယ်။ “ဆောက်ဝက်စ်” က လေကြောင်းမှာ လျှော့ဈေးနဲ့အောင်မြင်ခဲ့တယ်။ “Cirque du Soleil” က ဆပ်ကပ်လုပ်ငန်းမှာ တီထွင်ခဲ့တယ်။ မတ်စကိုတောင် ရေပိုက်ခေါင်းကို အာဏာသိမ်းခဲ့တယ်။

“Cirque du Soleil” တည်ထောင်သူတွေက ရိုးရာဆပ်ကပ်

အစဉ်အလာဖြစ်တဲ့ ကလေးသူငယ်တွေအပေါ် အာရုံစိုက်မှုကို တော်လှန်
 ပြောင်းလဲတဲ့ လူကြီးတွေ ဆွဲဆောင်နိုင်ခဲ့တယ်။ ကြီးမားတဲ့ တောရိုင်း
 သားရဲကောင်တွေကို သယ်ဆောင်ရတဲ့စရိတ် ကြီးလွန်းနေတာကို အကျိုး
 ရှိအောင် ဒီသားရဲကောင်တွေနဲ့ လူကြီးတွေ စွန့်စားခန်းတွေ တီထွင်ပြသ
 နိုင်ခဲ့လို့ အရေအတွက် များပြားလှတဲ့ လူကြီးပရိသတ်တွေ ရသွားရ
 တယ်။

လူအများစု မသိကြသေးတာက “ဝါရင်းဘူဖေး” လို့ လူတောင်
 ပရိဘောဂမှာ ခမ်းခမ်းနားနား ရင်းနှီးမြှုပ်နှံဖြစ်ခဲ့တာပါပဲ။ မတ်စကိုလိုပဲ
 သူလည်း ဒီပစ္စည်းရဲ့ အစွမ်းအစကို သိတယ်။ ဒါပေမဲ့ ဘူဖေးမြှုပ်နှံလိုက်
 တာက ပရိဘောဂထုတ်လုပ်ရေးမဟုတ်ဘဲ လက်လီရောင်းချရေးသာ
 ဖြစ်တယ်။ အမေရိကန်တစ်လွှား အောင်မြင်နေတဲ့ အရောင်းသမား
 မြောက်မြားစွာကို ဝယ်ယူလိုက်တယ်။ ဒီလက်လီ အရောင်းသမားတွေက
 ပရိဘောဂထုတ်လုပ်ရေးရဲ့ သိပ်သည်း ပြင်းထန်တဲ့ ပြိုင်ဆိုင်မှုဒီရေကနေ
 အကျိုးအမြတ် ထုတ်ယူနိုင်မလားဆိုတာကို ဘူဖေးက စမ်းသပ်ကြည့်
 ချင်ပုံ ရပါတယ်။ မတ်စကို၊ မင်ဂျယ်နဲ့ တခြားလူတွေ ဒီအခြေအနေမျိုးကို
 ယူလာခဲ့ပြီးပြီလေ။ ရေရှည်မှာတော့ ဒီကိစ္စက ဘူဖေးရဲ့ အတောက်ပဆုံး
 စွန့်စားမှုမျိုး မဟုတ်နိုင်ခဲ့ဘူး။ ဒါပေမဲ့ စစ်မှန်တဲ့သေနင်္ဂဗျူဟာသမားက
 သူ့ ကတ်ကိုသေချာစွာ ဂရုတစိုက်ကစားပြီး စက်မှုအလုပ်ရဲ့ အင်အားစု
 တွေကို နက်နက်ရှိုင်းရှိုင်း အသိအမှတ်ပြုတတ်ကြပါတယ်။

ပျောက်ကွယ်နေတဲ့ သတင်းအချက်အလက်

ကျွန်ုပ်တို့ မတ်စကိုရဲ့ လုပ်ရပ်တွေကို ပိုနီးနီးကပ်ကပ်ရှာဖွေ
 ကြည့်ရမယ်။ သင့်လိုပဲ ကျွန်မရဲ့ ကျောင်းသားအများစုကလည်း သူ့
 အခွင့်အလမ်းတွေရဲ့ ပြောင်းပြန်လှန်သွားခြင်းကို သံသယ ဖြစ်ကြရပါတယ်။

မတ်စကိုရဲ့ မန်နေဂျာတွေက ဒီလုပ်ငန်းလမ်းကြောင်းသစ်မှာ ပျမ်းမျှသဘော လုပ်ဆောင်နိုင်ဖို့ သီးသန့်ထူးခြားတဲ့ လုပ်ရပ်တွေအနေနဲ့ ဘာတွေများလုပ်သင့်ပါသလဲ။

သူတို့အားလုံးနီးပါးက မတ်စကိုမှာ ဘာတွေရထားသင့်သလဲလို့ ခမ်းနားပေမဲ့ ဝေဝေဝါးဝါးနိုင်တဲ့ ဖော်ပြချက်တွေနဲ့ပဲ စွမ်းဆောင်ရည် တိုးမြှင့်ရေးကုမ္ပဏီရဲ့ အသက်မွေးဝမ်းကျောင်း စီမံခန့်ခွဲရေးကို အရှိန်မြှင့် တင်ရေးတို့ အစရှိသဖြင့် “ဈေးကွက်ပါဝါတန်ခိုး” တွေကို သုံးတော့ တယ်။

ပျောက်ကွယ်နေတဲ့ သီးခြားစီမံကိန်းတစ်ရပ်က ဒီပရီဘောဂ စက်ရုံက ဘာ့ကြောင့်အရေးပါနေရသလဲဆိုတာ ပြသဖို့နဲ့ အခြား လုပ်ငန်းတွေ များစွာထဲကို ချိုးခွဲဝင်သွားကြတဲ့ ကြာရှည်မြဲနေတဲ့ အင်အားစုတွေကို ဘယ်လိုကြားနေခိုင်းရမယ်ဆိုတာတွေပါပဲ။

ပထမကမ္ဘာစစ်တုန်းက ဂျာမန်တွေရဲ့ နှစ်ကြိမ်တိုင်တိုင် ထိုးနှက် ခြင်းကို တောင့်ခံခဲ့တဲ့ ပြင်သစ်ဗိုလ်ချုပ်တို့ရဲ့ ခြေလှမ်းတွေမှာ နမူနာယူ စရာ တွေ့နိုင်ပါတယ်။ ဗိုလ်ချုပ်တွေက ယခုထင်ရှားနေတဲ့ “မာဂီနော့ ခံစစ်ကြောင်း” ကို တည်ဆောက်ခဲ့ကြတာပါ။ ဒါပေမဲ့ သော့ချက်ကြောင်း ရင်း တစ်ခုရှိတယ်။ ပြင်သစ်တွေ နောက်ထပ်မရှုံးနိုင်ဖို့အတွက် အရာ ကတော့ ပြင်သစ်စစ်သားတွေရဲ့ “မဟာစိတ်အားထက်သန်မှု စွမ်းအင်ယုံကြည်ချက်”ပဲ ဖြစ်ပါတယ်။ "E'lan Mital" ဆိုတဲ့ ပြင်သစ် ဝေါဟာရက “မရှိမဖြစ် အခရာစိတ်ဓာတ်” လို့ အဓိပ္ပာယ်ရတယ်။ အထက်တန်းကျကျ ဆုံးဖြတ်ပိုင်နိုင်ခြင်း၊ ပြတ်သားခြင်းပဲဖြစ်ပါတယ်။ ဒီစိတ်ဓာတ်ဟာ စစ်ရေးဆန်မှုနဲ့ ညီမျှတဲ့ စူပါမန်နေဂျာတွေရဲ့ ဒဏ္ဍာရီပဲ ဖြစ်ပါတော့တယ်။

မတ်စကိုရဲ့ မရှိမဖြစ်စိတ်ဓာတ်ကတော့ မလုံလောက်ခဲ့ပါဘူး။

ရေပိုက်ခေါင်းကိစ္စတုန်းက ကြီးကျယ်တဲ့ အောင်မြင်မှုမျိုးရခဲ့တဲ့ မဟာ ဗျူဟာမျိုးနဲ့ အလားတူစွာပဲ သုံးရင် ပရိဘောဂမှာလည်း အောင်မြင် မယ်လို့ သူတို့ထင်ခဲ့တယ်။ လုပ်ငန်းနှစ်မျိုးက နည်းလမ်းမျိုးစုံနဲ့ ခြားနားနိုင်တယ်ဆိုတာကို မတ်စကိုတွေ သတိပြုမိဖို့ရာမှာ ကျဆုံးသွား ရတော့တယ်။ ရေပိုက်ခေါင်းကိစ္စက ချဉ်းကပ်မှုနည်းတွေနဲ့ ပရိဘောဂမှာ ချဉ်းကပ်ရတဲ့နည်းတွေက ထုတ်လုပ်တဲ့နေရာ၊ ဖြန့်ချိတဲ့နေရာ၊ လက်လီ ရောင်းတဲ့နေရာနဲ့ ဖောက်သည်ဆိုင်ရာနေရာကအစ ခြားနားနေရတာက ဈေးကွက်ရဲ့ အောက်ဆုံးက ထိပ်ဆုံးအထိပဲ ဖြစ်နေပါတယ်။

ပရိဘောဂထုတ်လုပ်ရေးက ထုနဲ့ထည်နဲ့ဖြစ်ပြီး ဈေးကွက်မှာလည်း ထုနဲ့ထည်နဲ့ဖြစ်ပေမဲ့ ဖြန့်ချိရေးမှာတော့ လက်လီဆိုင်လေးတွေက တစ်ဆင့်သာ ဖြန့်ရတာဖြစ်နေတယ်။ လက်လီပဲဖြစ်ဖြစ်၊ လက်ကားပဲ ဖြစ်ဖြစ် ဝယ်ကြတဲ့ဖောက်သည်တွေက နည်းနည်းလေးပဲ ရှိတတ်တယ်။

မတ်စကိုရဲ့ ပရိဘောဂဈေးကွက်က ၇%ပဲရှိပြီး ရေပိုက်ခေါင်း ဈေးကွက်မှာ ၃၀%ရတာနဲ့ နှိုင်းယှဉ်ကြည့်ရင် ပရိဘောဂရဲ့ ကိန်းဂဏန်း ၇%က စီးပွားရေးအကျိုးအမြတ်အရ စကားထဲထည့်ပြောရလောက်တဲ့ အဆင့်တောင်မရှိပါဘူး။

မတ်စကိုဟာ ရေပိုက်ခေါင်းအောင်မြင်မှုက သင်ခန်းစာ ထုတ် ယူရာမှာတောင် ပျက်ကွက်ကျဆုံးရသေးပါတယ်။ တစ်လက်ကိုင် ဝါရှာကင်းမဲ့တဲ့ ပိုက်ခေါင်းရိုးရိုးက အရေးပါတဲ့ ဖောက်သည်တွေ လိုအပ် ချက်ကို ဖြည့်တင်းနိုင်လို့ အကျိုးရှိခဲ့တယ်။

ပရိဘောဂနယ်ပယ်မှာတော့ အလုပ်ဖြစ်ရေးထက် ဖက်ရှင်သဘော ပိုဆန်လာတယ်။ မတ်စကိုမှာ ဒီလိုပင်တိုင် အကျိုးအာနိသင်တွေ မရှိဘူး။ ပြင်သစ်စစ်ဗိုလ်ချုပ်တွေလို မတ်စကိုဟာ သူ့ကိုယ်ပိုင် တိုက်ပွဲတွေ အတွက် အဆင်သင့်ဖြစ်မှုမှာ ကျဆုံးရတယ်။ အထက်တန်းကျကျ စီမံခန့်

ခွဲရေးကို “မဟာစိတ်အားထက်သန်မှု” နဲ့ “မရှိ မဖြစ်စိတ်ဓာတ်” အစွဲကပ် ငြိနေတဲ့အတွက် “တက်လာတဲ့ အင်အားစုတွေအပေါ် လျှော့ပေါ့ခန့်မှန်း မိ” နေတော့တယ်။ အမှုဆောင်တစ်ဦး သုံးဖူးတဲ့ ဥပမာတစ်ခုလို ဖြစ်နေရ တာပေါ့။

“မတ်စကိုက ခြင်္သေ့လိုက်ရုထဲကို ခြင်္သေ့ကိုတွေ့ရမယ်ဆိုတဲ့ ပြင်ဆင်မှုမရှိဘဲ လျှောက်လှမ်းဝင်သွားမိတာပါပဲ”

နောင်တရနေတဲ့ သေနဂ်ဗျူဟာသမား

သေနဂ်ဗျူဟာသမား CEO “ရစ်ချတ်မန်နိုးဂျီးယန်” က ကုမ္ပဏီ တည်ထောင်သူရဲ့ သားဖြစ်ပြီး သားအဖနှစ်ယောက်သား ၃၁ နှစ်ကြာ အထက်တန်းကျတဲ့ လုပ်ဆောင်ချက်တွေ လုပ်ခဲ့ရာမှာ “ဝေါစထရီ လမ်းမ” မှာ အထက်တန်းကျတဲ့ နာမည်ကောင်းကျော်စောမှုတွေ ဖန်တီး နိုင်ခဲ့တယ်။ "The Masco Fiasco" ခေါင်းစဉ်နဲ့ ပုံပြင် ဇာတ်လမ်းတစ် ပုဒ်မှာ "Financial World" က လေ့လာချက်အရ “မက်စကိုကော်ပို ရေးရှင်းက အမေရိကန်မှာ ချီးကျူးခြင်းအခံရဆုံး ကုမ္ပဏီတွေထဲက တစ်ခုဖြစ်ပြီး တခြားဘာမှမဟုတ်ဘူး” လို့ ဖော်ပြထားတာတွေ ရပါ တယ်။ “မန်နိုးဂျီးယန်” က “အတိတ်ကအောင်ပွဲ” ဆီ ပြန်လှည့်ဖို့ကတိ ပေးထားပေမဲ့ ရှယ်ယာဝင်တွေရဲ့ ယုံကြည်မှုတွေတော့ရအောင် ယူနိုင်ပြီး သူတို့အများစုက ၉ နှစ်ကြာ ကျိုးပျက်သွားရတဲ့ ကတိကဝတ်တွေထဲမှာပဲ ပိတ်မိနေကြတယ်။

ဒါဟာ ယုံကြည်မှုလွန်ကဲသွားတဲ့ သေနဂ်ဗျူဟာသမားတစ် ယောက်ရဲ့ ဖြစ်ရပ်တစ်ခုပါပဲ။ အကောင်းမြင်စဉ်းစားခြင်းလုပ်ငန်းစဉ် တချို့ ခွဲခြမ်းစိတ်ဖြာမှု အယူသီးချက်၊ စိုးရိမ်ဖွယ်ပြဿနာတွေကို ရွှေ့ရောင်အခွင့်အလမ်းတွေပဲရယ်လို့ တံလျှပ်ရေထင် ရွှေ့သမင်အလိုက်

မှားမိတဲ့ ဇာတ်လမ်းဖြစ်သွားရတယ်။ မတ်စကို ဘာလုပ်သင့်တယ် ဆုံးဖြတ်လို့ ရတော့မယ့်အချိန်မှာ ပြဿနာတိုင်းကို အခွင့်အလမ်း တစ်ရပ်လို့ ဘာသာပြန်မိနေတော့တယ်။

မတ်စကိုဟာ အလားတူထောင်ချောက်ထဲကို ကျသွားတယ်လို့ ကျွန်မသံသယဖြစ်မိတယ်။ နက်ရှိုင်းစွာ အမြစ်တွယ်နေတဲ့မျက်နှာ မှာ စက်မှုပြဿနာတွေက ကြာရှည်မြဲနေတဲ့အတွက် ခေါင်းဆောင် တွေဟာ အထက်တန်းကျကျ စီမံခန့်ခွဲမှု စွမ်းအားတန်ခိုးထဲမှာ ယထာဘူတမကျ တဲ့ ယုံကြည်မှုနဲ့ လက်မြောက်အရှုံးပေးလိုက်ရတာပဲ ဖြစ်ပါတော့တယ်။

လက်တွေ့ဒွိအမှန်တရားရဲ့ စွမ်းအားတန်ခိုး

မတ်စကိုရဲ့ ဇာတ်လမ်းပြီးလို့ နှစ် ၂၀ ကျော်ကြာပြီးတဲ့အခါမှာ ကျွန်မရဲ့ ကျောင်းသားက ကျွန်မကိုမေးလာတယ်။

“ကျွန်တော့်ရဲ့ စက်ရုံက ပရိဘောဂလုပ်ငန်းနဲ့ တူနေတယ်။ ဘယ် လောက်ပဲ ခက်ခက်ခဲခဲ ကြိုးစားလုပ်လုပ် ဘာမျှခရီးမပေါက်ပါဘူး။”

သူ့ဟိုနားလည်လက်ခံထားတာက ကျော်ကြားတဲ့ဝတ်ပြု ဆုတောင်းတဲ့ သူတော်စင်တစ်ပါးရဲ့ သြဝါဒစကားပဲဖြစ်ပါတယ်။

“သင်မပြောင်းလဲနိုင်တဲ့ကိစ္စတွေကို လက်ခံထားရမယ်”

“သင်တတ်နိုင်တာတွေကို ပြောင်းလဲဖို့သတ္တိရှိရမယ်”

“ခြားနားချက်တွေကို သိနားလည်ဖို့ပညာရှိရမယ်”

ဒါက ကြီးမားတဲ့ သေနင်္ဂဗျူဟာသမားတွေ ကောင်းကောင်း နား လည်ထားရမယ့် သင်ခန်းစာပါပဲ။ ဒါပေမဲ့ လက်ခံဖို့ရာ ခက်လှတဲ့ သင်ခန်းစာပဲဖြစ်နေတယ်။ စူပါမန်နေဂျာတွေရဲ့ ဒဏ္ဍာရီက ထွက်ခွာ မှေးထားဖို့လည်း ခက်လှတဲ့ သင်ခန်းစာပါပဲ။

အခုပြောမယ့် အခြေခံစည်းမျဉ်းတွေက ရိုးရှင်းပေမဲ့ သေနင်္ဂ

ဗျူဟာသမားအတွက်တော့ ထိပ်တန်းကျကျ အရေးပါလှတယ်။

၁။ ပထမစည်းမျဉ်းက။ ။သင့်စက်ရုံအတွင်းက ပြိုင်ဆိုင်မှုအင်အားစုတွေကို နားလည်ထားဖို့ပါပဲ။ ဒါတွေကို ဘယ်လိုတုံ့ပြန်မလဲဆိုတာက သင့်ရဲ့သေနဂ်ဗျူဟာပါပဲ။ တကယ်လို့ သင်သူတို့ကို နားမလည်ရင်တော့ သင့်ရဲ့ သေနဂ်ဗျူဟာက ကံတရားနဲ့ မျှော်လင့်ချက်တွေအပေါ်မှာ အခြေခံနေတယ်လို့ ဆိုလိုပါတယ်။

၂။ ဒုတိယစည်းမျဉ်းက။ ။သင့်စက်ရုံရဲ့ ပြိုင်ဆိုင်မှုအင်အားစုတွေကို သင်နားမလည်ရင်တောင်မှ ယင်းတို့နဲ့ ပတ်သက်ရင်ဆိုင်ရမယ့် နည်းလမ်းတစ်ရပ်ကို ရှာကြံရလိမ့်မယ်။ ဆိုလိုတဲ့အချက်တွေက ကျွမ်းကျင်တဲ့ နေရာချထားမှု အဆိုးမြင်အင်အားစုတွေကို ဆန့်ကျင်မယ့် တကူးတကန့် အားထုတ်ချက်စတာတွေပါပဲ။ ဒါပေမဲ့ သင့်ရဲ့အထက်တန်းကျတဲ့ စီမံခန့်ခွဲရေး ကျွမ်းကျင်မှုက အောင်မြင်မှုဆီ သယ်ဆောင်သွားလိမ့်မယ်လို့ ယုံကြည်ချက်စွဲနေတဲ့ ဒဏ္ဍာရီထဲတော့ ထောင်ချောက်အကျမခံပါလေနဲ့။

၃။ တတိယစည်းမျဉ်းက။ ။သင်ဘာပဲလုပ်လုပ် ဒီအင်အားစုတွေရဲ့ တန်ခိုးစွမ်းအားတွေကိုတော့ လျှော့တွက်မခန့်မှန်းပါနဲ့။ သင့်လုပ်ငန်းရဲ့ ခရီးပန်းတိုင်အပေါ် ထိပ်တိုက်တွေ့လာမှုတွေက သင့်ကိုယ်ပိုင်လိုပဲ ကြီးမြတ်နိုင်သေးတာပဲ။

ဒါက သူ့ရဲ့လက်တွေ့ဒိဋ္ဌတရားအရ မှန်ကန်နေရမယ်။ သူ့ကိုယ်ပိုင်တွေ အားလုံးနဲ့ ခြားနားမှုတစ်ရပ် ရှိထားနေစဉ်မှာပေါ့။ ဒါဟာ ကျွန်ုပ်တို့ ယခုလှည့်သွားရမယ့် ဒီစိန်ခေါ်ချက်တွေရဲ့ ဒုတိယ မြောက်သာ ဖြစ်ပါတယ်။



အခန်း (၄) ရည်စူးချက်နဲ့ စတင်ပါ

သင်ဆွဲဆောင်မှုကင်းတဲ့ စက်မှုအင်အားစုရဲ့ မျက်မှောက်မှာ သေနင်္ဂီဗျူဟာသမားတွေ ရင်ဆိုင်ရတဲ့ စိန်ခေါ်ချက်တွေနဲ့ ပတ်သက် တဲ့ ရင်နာရတဲ့ သင်ခန်းစာတချို့ကို ကျွန်ုပ်တို့ ယခုလေ့လာရ မှာပါ။ ခရီးစဉ်အစကတော့ တစ်ဦးချင်းနဲ့ပါပဲ။

“အင့်ဂဗာ၊ ကမ့်ပရက်” ဆိုတဲ့ “IKEA” စတိုးဆိုင်ကြီးကို တည် ထောင်ခဲ့သူရဲ့ အကြောင်းပါပဲ။ ကမ္ဘာရဲ့ အကြီးဆုံးကံကြမ္မာကို တည်ဆောက်ခဲ့သူလည်း ဖြစ်တယ်။

မတ်စကိုက “ရစ်ချက်မန်နိုးဂျီးယန်” လို့ပဲ “ကမ့်ပရက်” ကလည်း ပရိဘောဂလုပ်ငန်းကို လုပ်တယ်။ ဒါပေမဲ့ သူ့အကြောင်းက ခြားနား ပါတယ်။ သူ့ရဲ့ ပုဂ္ဂလိကလုပ်ငန်းကို အသက် ၁၇ နှစ်အရွယ် ၁၉၄၃ ခုနှစ်ကတည်းက စလုပ်ခဲ့ပြီး ၂၀၁၀ ခုမှာ ရောင်းအား ၂၃.၁ ဘီလျံယူရို ရခဲ့တယ်။ အသားတင်အမြတ်က ၂.၅ ဘီလျံ ယူရို ရှိတယ်။

"Business Week" က ဖော်ပြတာက ခုလိုပါ။

“ကမ္ဘာပေါ်က ဘယ်ကုမ္ပဏီထက်မဆို IKEA က လူတွေရဲ့ ဘဝနေမှုစတိုင်လ်ရဲ့ တာဝန်ခံဖြစ်လာတယ်။ သူတို့ရဲ့ ကိုယ်ပိုင်ဘဝ တွေတော့မပါဘူး။ IKEA ကမ္ဘာက ခေတ်ပြိုင်ဒီဇိုင်းတွေ လည်ပတ်နေ တဲ့ စိတ်အခြေအနေတစ်ခုဖြစ်ပြီး ဈေးနှုန်းနိမ့်ကျတာ၊ ရယ်ဖွယ်ရာထူး တတ်တာ၊ စိတ်အားထက်သန်မှုတွေက အဖွဲ့အစည်း အနည်းငယ်ကို လုပ်ငန်းထဲဝင်လိုက်-ထွက်လိုက် ဆင့်ခေါ်စေတယ်။

“မန်နိုးဂျီးယန်” ကျဆုံးခဲ့တဲ့နေရာမှာ “ကမ့်ပရက်”က ဘယ်လို အောင်မြင်လာခဲ့သလဲ။ “ခြားနားချက်က အရေးပါတယ်”ဆိုတာကို ဖန်တီးခြင်းဖြင့် သူ့ကုမ္ပဏီကို သူတည်ဆောက်ခဲ့တယ်။ “မန်နိုးဂျီး ယန်”လုပ်သလိုမျိုး စက်မှုအင်အားစုတွေကို သူလျစ်လျူမရှုခဲ့ဘူး။ သူတို့ရဲ့ အလယ်မှာ တန်ဖိုးတွေတောင် ပေါင်းဖြည့်အားထုတ် ဖန်တီး ခဲ့သေးတယ်။

သင်ဟာ IKEA စတိုးဆိုင်ကြီးထဲ ဈေးဝင်ဝယ်တဲ့ လူသန်းပေါင်း များစွာထဲက တစ်ယောက်ဖြစ်ခဲ့ရင် သင်သတိရနေမှာက ကျယ်ဝန်း တောက်ပပြောင်လက်နေတဲ့ ခေတ်မီစတိုးဆိုင်ရဲ့ ဒီဇိုင်း အဆင်အပြင်ကို ရင်သပ်ရှုမောသာယာနေမိတာ ဖြစ်ပါတယ်။ ပရိဘောဂတွေ အိမ်အသုံး အဆောင်အမျိုးမျိုး အဖုံဖုံငေးမောရင်းနဲ့ Micky စားပွဲရိုးရိုးလေးကို ၆၉ ယူရိုနဲ့ လူ ၁၀ ယောက်ထိုင် ညစာစားပွဲဝိုင်းကြီးကို ၂၆၉ ယူရိုနဲ့ ပေးဝယ် မိကောင်း ဝယ်နိုင်တယ်။

သင့်ကလေးပါ အတူဈေးဝယ်ခေါ်လာမိရင် ကလေးထိန်းစင်တာ ရှေ့ကားထိုးရပ်ပြီး ကလေးကို ထိန်းခိုင်းနိုင်တယ်။ စားသောက်ဆိုင်တစ်ခု မှာ ဆယ်လမ္ပန်ငါးဟင်းကနေ ဆွီဒင်အသားလုံးကြော်အထိ မြည်းနိုင် သေးတယ်။ ဦးတည်ချက် ဥယျာဉ်လိုပါပဲ။ ဖောက်သည်ရဲ့ အတွေ့အကြုံ

တွေက မမေ့နိုင်အောင် ရှိလိမ့်မယ်။ သင့်ကံကြမ္မာကို လုပ်နိုင်ရင်တော့
ဖောက်သည်ရဲ့ အတွေ့အကြုံကို တမ်းတနေမှာ မဟုတ်ဘူး။

တောလက်ကျေးရွာ အရင်းအမြစ်များ

“အင့်ဂဗာကမ့်ပရက်”က သဘာဝက စီးပွားရေးသမားဖြစ်ဖို့ မွေး
လာတဲ့သူပါ။ “ကုန်သွယ်ရေး သူ့သွေးထဲသားထဲကို ပါလာတာပါ”လို့
သူ့ရဲ့ အတ္ထုပ္ပတ္တိဆရာ “ဘာတဲတိုရီကာ”က ပြောဖူးတယ်။ “ကမ့်ပရက်”
က ငါးနှစ်သားအရွယ်ကတည်းက အဒေါ်စတော့ဟုမ်း စတိုးဆိုင်က
ဝယ်ပေးထားတဲ့ မီးခြစ်ဆံတစ်ရာပါတဲ့ မီးခြစ်ဘူးလေးကို အမြတ်ပေါ်
အောင် ရောင်းစားပစ်ခဲ့တယ်။ မူရင်းဇာတိရွာက “အဂွန်းနာရပ်”ရွာပါ။
“စမာလန်”ယာတောမြေထဲမှာ ရှိတယ်။ ရောင်းလို့ရသမျှအားလုံး သူ
ရောင်းစားပစ်ခဲ့တာတွေက ခရစ္စမတ်ကတ်တွေ နံရံချိတ်တွေ၊ ငါးတွေ
(ဖမ်းလို့ရသမျှ) တွေပါခဲ့တယ်။

အသက် ၁၁ နှစ်မှာ စက်ဘီးတစ်စီးနဲ့ လက်နှိပ်စက်တစ်လုံး
ဝယ်ဖို့ ပိုက်ဆံလုံလုံလောက်လောက် စုမိတယ်။

“အဲဒီကတည်းက ပစ္စည်းတွေ ရောင်းစားတာကို စွဲလမ်းခဲ့တာ
ပါပဲ”လို့ သူ့နောက်ပိုင်း ပြန်ပြောပြတယ်။

“ဂိုသမ်ဘုဂ်”ကူးသန်းရောင်းဝယ်ရေးကျောင်းကို သူမတက်မီမှာ
သူ့ရဲ့ကုန်သွယ်ရေးလုပ်ငန်း IKEA ကို စလုပ်တယ်။ နာမည် IKEA
ကအစ အကွရာ ၂ လုံးက သူ့နာမည်ရဲ့ အစအကွရာ ၂ လုံး ဖြစ်ပြီး
နောက် ၂ လုံး EA တို့က သူ့ဒေသရပ်ရွာယာတောရဲ့ နာမည်အစ
အကွရာတွေ ဖြစ်ကြတယ်။ ပစ္စည်းတွေ စာတိုက်က မှာကြားဝယ်တဲ့
လုပ်ငန်းကစတာပါ။ သူ့ရောင်းတာက ဖောင်တိန်၊ ရုပ်ပုံကားပေါင်၊ နာရီနဲ့
ရတနာတွေပါပဲ။ ဒါပေမဲ့ ဒေသခံလယ်သမားတွေက စားဝတ် နေရေး

ရုန်းကန်နေကြရတဲ့ ပတ်ဝန်းကျင်မို့ ပိုက်ဆံရှားပါးနေကြတယ်။

သူ့ရဲ့ ကတ်တလောက်နဲ့ ရောင်းတဲ့လုပ်ငန်းက ကျပ်တည်းလာလို့ ပရိဘောဂတွေ စရောင်းတယ်။ ဆေးခံပရိဘောဂလုပ်သူတွေက တစ်ဆင့်ဝယ်ပြီး ရောင်းတာပါ။ ဒီလုပ်ငန်းက သူ့ရဲ့အကြီးမားဆုံးလုပ်ငန်းကြီးဖြစ်လာတယ်။ စစ်ကြီးပြီးခါစ ကာလ ၁၉၅၁ ခု သူ့အသက် ၂၅ နှစ်မှာ ဆွီဒင်တွေက ပရိဘောဂတွေ အမြောက်အမြား ဝယ်နေတာမို့ သူ့လုပ်ငန်းတွေထဲက ပရိဘောဂရောင်းချရေးကိုပဲ အာရုံစိုက်လာတော့တယ်။

စာတိုက်ကတစ်ဆင့် ရောင်းတဲ့လုပ်ငန်းတွေ တိုးတက်များလာတာဟာ အရည်အသွေးတွေကျလာတယ်။ ထုတ်လုပ်ရေးကုန်ကျစရိတ်တွေ ဖြတ်ချတဲ့အတွက် အရည်အသွေးတွေ ကျဆင်းလာရတာပါ။ ဒီလိုအောက်ခြေထိ လိုက်ပြိုင်ရတာမျိုး သူစိတ်မပါတော့ပါဘူး။

သူ့ရဲ့ ဖြေရှင်းချက်ကတော့ ဖောက်သည်တွေ မျက်စိကျစေမယ့် ရောင်းကုန်ပစ္စည်းပြခန်းတစ်ခု ဖွင့်လိုက်တာပါပဲ။ ၁၉၅၃ ခုနှစ်မှာ သူ့ရဲ့ အရောင်းပြခန်းကို ၂ ထပ်တိုက်မှာ ဖွင့်တဲ့အခါ မြေညီထပ်မှာ ပရိဘောဂတွေ ပြထားတယ်။ အပေါ်ထပ်မှာ ကော်ဖီနဲ့ မုန့်ဆိုင်တွေဖွင့်တယ်။ ဖွင့်ပဲနေ့မှာ ရွာက တောင်သူလယ်သမားတွေ ထောင်နဲ့ချီပြီး တက်ရောက်လာကြတယ်။ အော်ဒါတွေ မှာကြတာပေါ့။ ၁၉၅၅ မှာ IKEA ဟာ ကတ်တလောက်တွေ ၅ သိန်း ရောင်းရပြီး ပစ္စည်းရောင်းချမှုမှာ ၆ သန်းခရိနာရှိပါတယ်။

IKEA ရဲ့ ဒဿနကို သူရှင်းပြခဲ့တယ်။ ဈေးပေါပေါနဲ့ သူရောင်းချရုံမက သူ့ကုန်ပစ္စည်းတွေကို ရိုးရိုးလူသာမန်တွေ လွယ်ကူလျင်မြန်စွာ ဝယ်နိုင်လောက်တဲ့ ဈေးနှုန်းထိအောင်ချဖို့ ဖြစ်တယ်လို့ ဆိုပါတယ်။

ဒီဈေးနှုန်းချတဲ့ ဒဿနကြောင့် “ဆွီဒင်အမျိုးသားလုပ်ငန်းရှင်များ အစည်းအရုံးက သူ့ကို သပိတ်မှောက်တဲ့အနေနဲ့ ပစ္စည်းပေးသွင်းသူကို ဖိအားပေးတယ်။ စတော့ဟုမ်း စာရင်းကိုင် စာရင်းစစ်အဖွဲ့ရဲ့ ထောက်ခံမှု နဲ့ သူတို့က “ကမ့်ပရက်”ကို ကုန်သွယ်ရေး ကိစ္စတွေကနေ တားမြစ်ပိတ် ပင်လိုက်တယ်။ ပစ္စည်းပေးသွင်းသူတွေ က သူ့ထံမရောင်းကြတော့ဘူး။ IKEA နဲ့ လုပ်ငန်းချင်း ဆက်သွယ်ရမှာက ဓားချင်းယှဉ်ခုတ်ရမယ့် သဘောဖြစ်လာတယ်။ သူ့ခမျာ သူ့ရဲ့ကုန်စည်တွေကို သူ့နာမည်မရေး ထားတဲ့ ဗင်ကားတွေ နဲ့ သယ်ပို့ရတယ်။ IKEA ကို ရောင်းမယ့်ကုန် တွေရဲ့ ဒီဇိုင်းတွေကို လူတွေမမှတ်နိုင်အောင် ပြောင်းလုပ်ရတယ်။

“ကမ့်ပရက်”က တန်ပြန်တိုက်ခိုက်ဖို့ မျက်နှာစာများစွာ ဖြန့် လိုက်ပါတယ်။ ဥပမာ စက်မှုလောကရဲ့ ထုံးစံက မှာကြားတဲ့ ပစ္စည်း တွေ အိမ်ရောက်ဖို့ကို ၃-၄ လ ကြာတတ်ပေမဲ့ သူက ၁၀ ရက်အတွင်း ရောက်အောင်ပို့ပေးတယ်။ ကုမ္ပဏီအငယ်စားတွေကို အုပ်စုဖွဲ့ပြီး ဖျန်ဖြေရေးတွေ စလုပ်စေတယ်။ ဒီလှုပ်ရှားမှုက အကျိုးရှိပါတယ်။ ဒါပေမဲ့ IKEA က ထောက်ပံ့ရေးတွေ ပြတ်တောက်သွားတယ်။ ထောက်ပံ့ပေး သွင်းမှု အရင်းအမြစ်တွေ မရှိရင်တော့ လုပ်ငန်းက မှောင်ကြီးကျသွားနိုင် ပါတယ်။

ပိုလန်ကွန်မြူနစ်နိုင်ငံက စီးပွားရေးတိုးတက်မှုတွေ ဆာလောင် နေမှန်း သူကြားသိရတဲ့အတွက် “ကမ့်ပရက်”က အဲဒီနိုင်ငံရဲ့ တောကျေး လက်ဒေသကို စတင်တီးခေါက်လေ့လာကြည့်တယ်။ ကုန်ထုတ်လုပ်ရေး သမား အငယ်စားတွေက ဗျူရိုကရေစီယန္တရားအောက်က စီးပွားရေး လုပ်ချင်နေကြကြောင်း သူတွေ့ရှိရတယ်။ ဒါကြောင့် “ကမ့်ပရက်”က ဆွီဒင်က သူ့ကုန်တွေထက် အရည်အသွေးပိုကောင်းတဲ့ စက်ပစ္စည်း ကိရိယာတွေကို ပိုလန်ကို ရွှေ့ပြောင်းတပ်ဆင်ပြီး ပြည်တွင်းက ထုတ်

လုပ်ရေးသမားတွေနဲ့ လက်တွဲပြီး ထုတ်လုပ်မှုနဲ့ အရည်အသွေးမြှင့်တင်ဖို့ လုပ်ဆောင်တယ်။ ပရိဘောဂတွေကို ပိုလန်ပြည်ထဲထိ ပို့ဆောင်ထုတ် လုပ်ရောင်းချရတာ ဆွီဒင်မှာ လုပ်စဉ်ကထက် ကုန်ကျစရိတ်တစ်ဝက် သက်သာသေးတယ်။

ဒါက အခရာကျတဲ့ သေနဂ်ဗျူဟာ ရွှေ့ပြောင်းချက်ပါပဲ။

“ပြဿနာအသစ်တွေက မူးဝေမျက်စိလည်စေတဲ့ အခွင့်အလမ်း တွေ ဖန်တီးပါတယ်။ ကျွန်တော်တို့ အခြားသူတွေဆီက အလားတူ ပရိဘောဂတွေ ဝယ်ခွင့်မရှိဘူးဆိုရင်တော့ ကိုယ့်ကိုယ်ပိုင် ဒီဇိုင်းတွေ တီထွင်ဖို့ တွန်းအားရတယ်လို့ သဘောထားတယ်။ ကိုယ်ပိုင်သီးသန့် ဒီဇိုင်း ကိုယ်ပိုင်စတိုင်လ်တစ်ခု ပြင်ဆင်ပေးဖို့ ဖြစ်လာတာပေါ့။ အခွင့် အလမ်းတစ်ခုပေါ်လာတာနဲ့ ကမ္ဘာသစ်တစ်ခုလုံးက လမ်းပွင့်သွားတော့ တာပါပဲ”...လို့ “ကမ့်ပရက်”က ပြောတယ်။

သူက သာမန်ထက်ထူးကဲတဲ့ ဆုံးဖြတ်ပိုင်နိုင်မှုနဲ့ စိတ်ကူးဉာဏ် တို့ကို ကုန်ကျစရိတ် နိမ့်ကျဖို့အတွက် မောင်းနှင်ပေးခဲ့တယ်။ ဥပမာ ပိုလန်ကို စက်ပစ္စည်းတွေတင်ပို့တဲ့နေရာမှာ ကျော်ကြားတဲ့ သူ့ရဲ့ Flat Pack ဆိုတဲ့ ထုပ်ပိုးမှုစနစ်က သင်္ဘောတင်ပို့တဲ့ကိစ္စ၊ ဖြန့်ဖြူးတဲ့ကိစ္စနဲ့ သိုလှောင်ရေးကိစ္စတွေမှာပါ နေရာနည်းနည်းနဲ့ ပစ္စည်းများများ ဝင်ဆံ့ အောင် ထည့်သွင်းနိုင်တာမို့ သင်္ဘောတင်ပို့ရေး ကုန်ကျစရိတ်တွေ အများကြီးသက်သာစေတယ်။

IKEA က “အမ်းဟတ်”မှာ ပထမဆုံးစတိုးဆိုင်ကို ၁၉၅၈ မှာ စဖွင့်ခဲ့တယ်။ နောက် ၅ နှစ်အကြာ နော်ဝေမှာ ဆိုင်ဖွင့်ပြီးနောက် ၂ နှစ်အကြာမှာ ဆွီဒင်စတော့ဟုမ်းမှာ ဒုတိယမြောက် ဆိုင်ဖွင့်တယ်။ ၁၉၇၃ ခုနှစ် ဆွစ်ဇာလန်မှာ၊ ၁၉၇၄ ခုနှစ်မှာ ဂျာမနီ၊ အမေရိကန်ကို ၁၉၈၅ ခု၊ တရုတ်ကို ၁၉၉၈ ခု၊ ရုရှားကို ၂၀၀၀ ပြည့်၊ ဂျပန်ကိုတော့